

EMILCE BEATRIZ CAMMARATA*

EL TURISMO COMO PRÁCTICA SOCIAL Y SU PAPEL EN LA APROPIACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DEL TERRITORIO

LA NECESIDAD DE UN ABORDAJE científico del fenómeno turístico conlleva a la reflexión de un campo de estudio multidisciplinario y requiere modelos de interpretación, evaluación y planificación para analizar el tipo de prácticas sociales y generar conocimiento sobre la puesta en valor de un lugar, la fuerte relación entre los actores sociales de pertenencia, las imágenes que se construyen y los usos del territorio. Implica considerar a lo teórico simplemente como ensayos interpretativos explícitos o implícitos que problematizan la realidad desde distintas perspectivas.

Las transformaciones mundiales y la velocidad de los cambios aumentan las posibilidades de los impactos sobre las estructuras territoriales. En este sentido, se requiere una constante observación de los procesos, y de hacer consciente las situaciones problemáticas en el uso del territorio, en las prácticas de des localización, del no lugar en el intercambio de bienes y servicios. ¿Cómo captar desde lo local esta enorme dinámica y evaluar las consecuencias más inmediatas y cotidianas de los habitantes? Implica iniciar el conocimiento del lugar en el territorio, preguntarse quiénes somos, qué capacidad tenemos para confrontarnos con los otros y detectar el tipo de relaciones que apare-

* Profesora Doctora de la Universidad Nacional de Misiones, Argentina.

cen en el tejido territorial, si son de apropiación o consolidación dadas las prácticas sociales del turismo.

Desde la década del '70 se pasa de las actividades primarias, secundarias a la de servicios, fuente de acumulación de bienes y servicios. Importa el análisis del contexto económico para poder reconocer los cambios que se dan en el lugar y las formas de apropiación y consolidación del territorio.

En este contexto de complejidad es necesario caracterizar la intensidad y sofisticación del proceso de comodificación del consumo, a partir de la producción y valoración estética de los paisajes, en conjunto con las asociaciones y significados que se adosan a los objetos materiales –el no poder de las culturas– y las prácticas tradicionales a través de la integración del turismo global. Explorar las relaciones sociales y prácticas que conectan la producción con el consumo y la comodificación del turista. Analizar las formas de articulación de los bienes turísticos del contexto cultural, su creación con el consumo y la apropiación de las nuevas localizaciones, reemplazando y transformando las relaciones humanas y representaciones de la identidad (Ateljevic *et al.* 2003).

El turismo como fenómeno socioeconómico (mercantilización del tiempo libre) está en constante transformación debido a la fuerte competitividad de los mercados y las exigencias de la demanda, entre otras causas. Las empresas pasan de ser generalistas a ofrecer productos específicos a distintos segmentos de clientela. La transformación de la práctica turística recreativa se relaciona con la búsqueda de nuevos productos orientados a dicha demanda. Robert Shepherd (2003) analiza el rol de la comodificación de la cultura y los efectos de apropiación territorial. Al estudiar las relaciones de causa y efecto entre el turismo y la comodificación, pone de relieve la problemática de la noción de autenticidad. Destaca el doble discurso de valor del recurso, en el que la esfera intrínseca y sagrada de la cultura del valor, se ostenta como circulando de manera independiente en la inestable y profana esfera económica del valor. Dado el hecho social en el que todo incluye cultura, ésta conforma un *commodity* potencial. El estudio de esta perspectiva es útil en la agenda de investigación para reconocer los tipos de relaciones que se dan entre los individuos y grupos en los *lugares de destino*, en donde se conforman nuevas formas de intercambio y autenticidad y solo como simple componente de comodificación. Con el encuadre de una perspectiva constructivista se apunta a trascender esa distinción y dicotomía binaria entre lo auténtico y lo no auténtico de las prácticas, y trabajar en conjunto con los agentes involucrados en la práctica turística para reconocer mejor el rol del turismo en las formas de apropiación y consolidación del territorio (Olsen, 2003).

El turismo (fenómeno socioeconómico) como actividad humana aporta muchas ideas, pero es necesario estudiar las prácticas concretas

para re-definir estas ideas en un saber sistematizado y valorar su papel. Los nexos entre el proceso de globalización (técnico, informacional, económico) y las áreas y lugares del territorio (nuevas formas y contenidos de materialización territorial y simbólica), se reconocen en las prácticas que se generan y producen entre las relaciones sociales con los objetos-recursos del espacio-lugar geográfico. En este contexto surgen algunos interrogantes que nos sirven como aportes para la reflexión y tal vez para una agenda de investigación, al identificar aspectos de la actividad turística contemporánea: ¿qué constituye la representación de lo efímero, provisorio, artificial?, ¿se mistifica la realidad dándole nuevos contenidos? Los lugares y paisajes del territorio ¿crean atractivos para el flujo de la sociedad? La revalorización de estos objetos ¿se transforma en el intercambio de bienes y servicios, cuya dinámica es parte de la construcción real y simbólica de los territorios turísticos? ¿Desde dónde se impulsa el turismo con distintas modalidades y prácticas sociales? ¿Cómo se genera el proceso de apropiación y consolidación del territorio, ante las nuevas necesidades sociales cuya satisfacción da lugar a distintas prácticas y actividades económicas en el contexto actual?

Pero al mismo tiempo, interesa reflexionar en las prácticas sociales del lugar, la búsqueda endógena de las propias imágenes locales, la reconstrucción del pasado simbólico como acciones para encontrar lazos entre el individuo y el territorio. Con las nuevas formas de elegir y reconstruir los lugares y territorios atractivos se participa de la apropiación de territorios, dado que en el proceso de construcción el hombre individual y colectivo se torna cada vez más sujeto de su propia construcción. Pero ¿se contribuiría a la transformación de un espacio neutro en la apropiación de su territorio?, y ¿se transformaría el territorio en un espacio de acogida para el individuo-habitante y los turistas como sujetos insertos en una estructura social, activos e intencionados que reclaman por el acceso a las prácticas sociales y culturales del turismo como una necesidad y un derecho? En la contribución al debate se focalizan tres aspectos: a) Interrogar sobre el significado de la práctica social del turismo; b) Caracterizar los tipos de relación entre el turismo y el territorio; y c) Identificar la secuencia de la sociedad local respecto a la multi-dimensión de lo vivido en su territorio que implica a la vez, proceso y producto de las nuevas formas territoriales, a partir de la experiencia de la movilidad, del campo de relaciones preferenciales y de un mundo simbólico que le da sentido y sustenta una identidad, una diferencia para interpretar su patrimonio, a la vez, componentes de la apropiación y posible consolidación del territorio.

LA PRÁCTICA SOCIAL DEL TURISMO

La práctica social y cultural forma parte del proceso histórico, por tanto es de naturaleza dialéctica, dado que en relación activa (cono-

cimiento y acción) con el mundo, lugares y paisajes del territorio, y con otros hombres, transforma la naturaleza y se transforma a sí mismo, construyendo un mundo cualitativamente nuevo de significaciones, valores y obras humanas, y realizándose como ser humano que se apropia y se consolida en su territorio. Sin embargo, la práctica es abordada por diferentes actores con distintas lógicas y pautas de comportamiento.

En su conjunto, las prácticas turísticas recreativas constituyen implicancias territoriales económicas, sociales y de modo de vida. Desde otras perspectivas, las del mundo del ocio que se desplaza para conocer, sentir, vivenciar, para recorrer, ubicarse, por el valor simbólico del sitio que valoriza el espacio territorial. "Solo viajando maduran los hombres", destaca el proverbio persa que apunta al desplazamiento turístico, el viaje para poder ver y sentir el espacio, la necesidad de situarse y descubrir con mayor profundidad los signos del tiempo, más individualizado; y aunque entre las consecuencias del capitalismo se nos encapsula en un sistema homogéneo y hegemónico de duración hasta de percepción, la relación se analiza en el marco de la mercantilización del ocio, pero también existen instancias de intercambio social y creación cultural.

Las relaciones sociales de producción y consumo, a partir de la práctica social individual y colectiva, integra mecanismos distintos de relación con el territorio, la identidad, y con el Otro. Su efecto se hace sentir progresivamente en todos los sectores de la vida colectiva: en las instituciones, en las mentalidades, las concepciones de la identidad y hasta en la idea que la sociedad se hace de sí misma (Lanfant, 1994).

Desde esta secuencia espacial y temporal se encuentra la posibilidad de ejercer prácticas sociales distintas a las tradicionales que constituyen el prelude de formidables transformaciones sociales y aportan ideas para identificar aspectos de su construcción en la apropiación y consolidación del territorio. En este sentido, la actitud natural del hombre no es guardar las cosas sino usarlas, no es aislarlas de nuestro entorno sino darles nueva vida y reutilizarlas nuevamente. Todos esos testimonios nacen de un proceso cultural del que que no se pueden separar, son objeto, historia y entorno natural. Es por ello que uno de los principales pasos para integrar este proceso con la actividad turística y, que éstas se conviertan en herramientas para el desarrollo, es fortalecer la identidad cultural de cada pueblo a través de la educación, tomando conciencia sobre la importancia del legado cultural. La identidad es una red de relaciones efectivas, que debe ser tejida constantemente a fin de garantizar su existencia, su continuidad. Se coloca el interés en los individuos, en los turistas y en las condiciones sociales que habilitan esta condición, marco en el cual cobran sentido.

Las identidades significan el reconocimiento que hace una persona o un grupo de su inscripción en una red imaginaria que lo sostiene (pertenencia a un armazón de sentido), de sus percepciones, representaciones; la imagen es influida por los medios de comunicación, por tanto, es una representación de la realidad que no se puede confundir con lo real, pero a su vez, está condicionada por el desarrollo cognitivo de cada individuo.

El abordaje de dicha realidad se hace explícito a través de instrumentos metodológicos que parten desde perspectivas psicológicas y psicosociales y contribuyen con el conocimiento de los intereses y deseos de los turistas, los motivos que los incentivan a llevar a cabo esta práctica y los sentidos que le otorgan. El turismo como práctica social integra esta ruta-mundo en el cual estamos incluidos, al crear conocimiento e interactuar con el ambiente, constituye una forma de ser-estar en el mundo, de construirnos en él (Pons, 2003).

El conjunto de significados y símbolos de la cultura local le dan sentido a un lugar e incide en la realización de las prácticas sociales del habitante. Ese conjunto de valores además de proyectarse en el territorio es transferido al otro –el forastero o visitante– pero al mismo tiempo, el habitante se apropia, imprime marcas en su comunidad o grupo social identificándose con su lugar, con su yo y el nosotros. Tiene sentido y significaciones porque se construye como individuo-habitante, y como trabajador. Desde su lugar es visitante y turista y en esta dimensión de análisis se construye el lugar de origen, el de la sociedad local en la que se generan condiciones de destino con diversas imágenes, representaciones de los objetos cuya práctica en el destino se satisface la necesidad de ver, sentir, conocer (Bertoncello, 2002).

Al examinar las prácticas del diálogo de los encuentros que se hacen en el viaje como proximidad física, obligatoria y sustantiva, interesa identificar los roles que se imbrican como redes sociales del viaje. En las diferentes clases de viaje se pone de relieve la distribución del capital social, la proximidad, el estar y tener experiencias a partir de las distintas prácticas sociales, en tanto existen la co-presencia de muchas formas en la vida social de los territorios (Urry, 1990).

En este sentido, como ser simbólico el individuo-habitante-visitante se relaciona con el mundo. Y, el trabajo, el ocio y las prácticas sociales del turismo siempre están revestidas de significaciones y valorizaciones. Esta reflexión conduce a dos realidades distintas: a) el plano real, con lugares turísticos como territorios ricos de potencialidades y fortalezas, pero también con debilidades y amenazas; y b) el plano de la imagen, imaginario y simbólico que revela las representaciones que se hacen desde esos lugares focalizando cuestiones virtuales y que no siempre coinciden con lo real, porque para el turismo la realidad es fiesta, fantasía, sueño. En ese proceso se integra la

expectativa de tener experiencias diferentes de las que suceden en su vida cotidiana.

Al considerar estas dos realidades se reconoce que la sociedad produce imágenes que la identifican, que orientan su desarrollo, que la definen. La práctica social del turismo en sí se individualiza generando un sistema de relaciones propio, un campo que se independiza progresivamente, se especifica y se materializa en una sociedad particular, a veces artificial, estacional, de fin de semana. Pero también se reconocen situaciones problemáticas relacionadas con los temas de inclusión y exclusión social y no se puede dejar de examinar la compleja, contradictoria y traslapada movilidad que integran los patrones de vida del cuerpo social.

La práctica social del turismo requiere de ciertas condiciones para la utilización y finalmente apropiación del espacio. Los geógrafos llaman *mise en tourisme ou touristification* a esta relación que pasa por una cadena de procesos, y desde este ángulo genérico se estudia la producción turística y las formas de apropiación y consolidación del territorio (Lazzarotti, 1994). ¿Cuáles son los componentes de base para apropiarse de los territorios? La producción turística pasa por la acción conjunta de tres sistemas: un sistema de actores, de imágenes y de espacios, o “territorios con ciertos bienes y servicios del patrimonio ambiental” (Cazes, 1995). Como parte del mundo de los símbolos, de ideas, sueños y representaciones, las prácticas turísticas plantean un conjunto de pre-conceptos y percepciones de imágenes, y valores de significado cultural, construido por el que viaja, antes de realizar la experiencia. Asimismo, la relación que existe entre el producto turístico -formato comercial por el cual se compra y vende a través del mercado-, y el mito, no sólo se estructura económicamente en la venta del destino turístico sino que se crean y recrean experiencias con elementos tangibles e intangibles, muchas veces asociados al imaginario que se construye de los lugares.

Las prácticas sociales del turismo crean, transforman e inclusive valorizan diferencialmente los territorios que no tenían valor desde la lógica de la producción. Algunos lugares se transforman, cambian, decoran, y revalorizan en función de las nuevas necesidades sociales dando lugar a distintas actividades socio económicas y nuevas experiencias que según el escenario se valorizan o re funcionalizan. Las relaciones entre los objetos naturales y culturales están imbricadas en los procesos sociales y económicos del territorio. En lugar del cotidiano vivir se construye la práctica social del turismo, destino para los otros pero donde el individuo-habitante satisface sus necesidades. Esta mirada es crucial para tomar conocimiento de quiénes se relacionan con la apropiación y consolidación del territorio, qué formas de construcción se observan desde la satisfacción de las necesidades cambiantes y dinámicas. Sobre todo, apuntar a la caracterización de los que tienen el derecho social de com-

partir las prácticas sociales y desplazarse por el territorio que se valoriza con las nuevas actividades turístico- recreativas en nuevos escenarios.

TIPOS DE RELACIÓN ENTRE EL TURISMO Y EL TERRITORIO

Se parte de la premisa que las actividades turísticas, como toda actividad humana, tienen una inscripción en el espacio geográfico. Sin caer en determinismos, se trata de una verdadera producción del espacio territorial que interactúa en forma dialéctica con las otras actividades humanas.

El territorio es portador de una identidad colectiva expresada en valores y normas que interiorizan sus miembros y conforma un sistema de relaciones de poder constituido en torno a procesos locales de generación de riqueza. En este sentido, ¿el turismo es un pasaporte para la apropiación y consolidación del territorio?

La dimensión territorial del espacio turístico caracteriza a una formación socio-espacial compuesta por dos tipos de espacios: el material o construido y el inmaterial basado en las imágenes y representaciones que se conforman en connotaciones mercantiles de la promoción turística sobre el espacio material. Al estudiar las formas que adoptan los sistemas territoriales, se parte de la función a partir de los recursos u objetos (naturales y culturales), la especialización, los recursos humanos (la fuerza de trabajo, –cantidad y calidad–), el grado de desarrollo de las infraestructuras, la relación y el papel de la práctica social del turismo con otros sectores de la economía nacional.

Al identificar las relaciones o prácticas que se ejercen, se infiere la “estructura espacial, las formas y las funciones” de la configuración territorial en las etapas de ocupación, uso y valorización de los recursos naturales, los relictos o formas del pasado que coexisten junto a las nuevas formas de uso y técnica actuales; es decir, el conjunto de medios instrumentales y sociales con los cuales el hombre realiza su vida, produce y al mismo tiempo crea espacio. En cada lugar, el patrón espacial no es sólo morfológico sino también funcional, es decir, los viejos objetos permanecen, lo que cambia es la función (Santos, 1996).

Ambas nociones se refieren a la disposición de los fenómenos que cambian y se alteran a lo largo del tiempo; en cada momento cambia el valor de la totalidad de los objetos (cantidad, calidad y funcionalidad): cambian los procesos, las funciones de las cosas, su valor específico.

La categoría territorio en perspectiva histórica, como producto de la concreción de lo social y lo natural sobre la superficie terrestre, tiende a ser menos nacional y simultáneamente más mundial. Se instala la diferenciación a partir de la selectividad espacial y socio económica, objetivación multidimensional de la apropiación social del espacio, lo cual obliga a repensar la relación entre las entidades territoriales, las

estrategias y las organizaciones de las empresas en vías de la mundialización (Santos, 1996).

En este contexto, interesa el estudio de las formas de apropiación y consolidación del territorio y su relación con la tipología de prácticas sociales turístico- recreativas que se localizan en el tejido local y regional, y analizar las interconexiones coyunturales y estructurales entre el desarrollo del turismo y sus vínculos con los cambios económicos, sociales y ambientales. En esta perspectiva el orden local se re territorializa porque reúne en una misma lógica interna todos sus elementos: hombres, empresas, instituciones, formas sociales y jurídicas y formas geográficas. La revalorización de los paisajes, la fuerza de los lugares con recursos naturales y culturales, generan traslados y producen flujos, movimientos de construcción real y simbólica, y construyen nuevas territorialidades, nuevas morfologías espaciales y configuraciones territoriales.

El territorio se define en la temporalidad, se construye, amplía o reduce con las acciones de los hombres. ¿Qué formas se producen? ¿Qué tipos de relaciones existen entre los objetos y las prácticas o acciones en el territorio? Las acciones se proyectan en el territorio a partir de una intencionalidad: así se construye el espacio turístico recreativo, se adorna, se arma para el mercado actual o potencial. De esta manera, el territorio es una proyección de la acción social, a partir de una intencionalidad. En este ámbito se realiza el territorio del turismo, se le adorna con una nueva cara hacia la proyección de su bien amado mercado potencial. Las adjetivaciones varían con las intenciones de los negocios: turismo: ecológico, religioso, rural, cultural. Se diseñan proyectos para la creación de flujos, se localiza un conjunto de objetos técnicos y se instituyen normas para definir las orientaciones de las acciones.

El territorio se va definiendo a medida de los intereses y lugares, las demarcaciones surgen ante variados tipos de acciones e intereses de los hombres o agentes económicos donde lo que se consolida son acciones de poder político y económico inducidos por los negocios, promociones y eventos.

Al hacer explícito este marco conceptual interpretativo de la geografía y la relación con el territorio –prácticas sociales del turismo– y apropiación o consolidación del territorio, es necesario considerar en la producción del espacio otras categorías de análisis que remiten paralelamente a tres órdenes: la forma técnica, la forma jurídica y la simbólica. La estructura espacial resulta de la división territorial del trabajo como un proceso por el cual se distribuyen los recursos naturales y construidos mediante las acciones de los tres órdenes: lo técnico y jurídico que constituyen la fuerza de la transformación y cambio; y lo simbólico que se da en el recurso del pasado, que tiene la fuerza de la afectividad en los modelos de significación y representación (Santos, 1996).

En el encuadre turístico-recreativo las formas técnicas de desarrollo contemplan la infraestructura básica urbana y de acceso a las redes de transporte y comunicación, el equipamiento receptivo y la estructura de servicios. Las formas jurídicas y simbólicas se relacionan con la transformación del uso del suelo agropecuario de las chacras y estancias, algunas de las cuales ofrecen recursos y actividades turístico-recreativas rurales y ecológicas. De este modo, conforman una nueva territorialidad, un cambio social posible donde aflorarían otras subjetividades, nuevas formas de sociabilidad y división espacial del consumo, con emprendimientos sociales no agenciados por la ley del valor.

Se considera la totalidad en movimiento como trama de la realidad espacial y se reconocen los agentes e instituciones que construyen los productos turísticos recreativos y producen el espacio turístico, a través de las formas materiales (construcción, ordenamiento, facilidades para el esparcimiento) y las formas simbólicas que representan a los paisajes e imágenes de promoción de los nuevos productos, a partir de los cambios en la demanda y en la estructura del mercado. Cabe la siguiente cuestión: ¿es posible que la interdependencia y simultaneidad de los eventos constituyan la esencia o existencia geográfica de una nueva formación socio espacial? En el análisis territorial de las prácticas, ¿qué bienes del patrimonio ambiental natural y cultural conforman los recursos y productos turísticos en determinados lugares del territorio?

Las actividades del ocio y el turismo se desarrollan en los *lugares* con atributos de base natural y/o cultural. Estos componentes denominados *recursos* surgen al realizar el inventario, instrumento operativo para la transformación y desarrollo. El recurso, término de origen latino que significa *recurrir*, se asocia al valor del uso y de cambio en el sistema de acciones (sociedad-grupos) e interacción con objetos que se descubren, transforman, re valorizan, o re funcionalizan de acuerdo a las necesidades cambiantes en el proceso socioeconómico del territorio. Por eso los recursos pertenecen a una categoría histórica, cuyos cambios se suceden al interior del movimiento de la totalidad social; cambios en el volumen de la demanda y materia prima de la actividad turística, ya sea por las necesidades propias o creadas en los objetos nuevos y atractivos. La Real Academia de la Lengua Española señala que un recurso es un “conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa”. Ambos criterios se adaptan a la función turística dado que con el tiempo, se constituyen en bienes capitalizables que incentivan las actividades turístico-recreativas y, bienes que motivan el desplazamiento del turista y recreacionista.

Con las nuevas formas de elegir y reconstruir los lugares con atractivos, se participa de la apropiación de territorios que se despegan del lugar para transformarse en símbolos de consumo y focos de atracción social, en cuyos desplazamientos aparece la mercantilización conjuntamente con otras instancias de intercambio social y creación cultural.

LA SOCIEDAD LOCAL COMO INTEGRANTE DEL PROCESO - PRODUCTO DE LAS NUEVAS FORMAS TERRITORIALES

El desarrollo humano se realiza por una suerte de capitalización de los productos del pasado: se agrega a lo que se hizo ayer a lo que se hace hoy y a lo que se hará mañana, y por ello lo que tiene que conservarse no son tanto las cosas sino también las ideas, los descubrimientos y los procesos. Entonces, importa tener en cuenta a la sociedad local, que define y conoce históricamente los objetos, el tipo de relaciones y el grado de espacialidad o procesos de construcción social. Sus miembros unidos por un sentimiento de pertenencia y lazos de solidaridad, valorizan las prácticas sociales del territorio y recrean a través de la gestión colectiva del espacio, áreas y lugares de significación que están ligados al tema de la identidad, producto de una continuidad en el tiempo que vive concientemente dicho grupo humano. A través del tiempo se genera una acumulación o capital cultural en términos de normas y valores e implica la pertenencia a una comunidad, como reconocerse en una colectividad compartida.

En este sentido interesa plantearse interrogantes acerca de cómo operar con esquemas constructivistas que contribuyan a concebir un proyecto de sociedad local que responda a las decisiones políticas, socioculturales del destino u origen y en la trayectoria de apropiación y consolidación del territorio.

En el punto anterior se analizaron las formas de construcción del territorio y los tipos de relación entre el turismo y el territorio. Importa destacar esta perspectiva dado que la producción histórica del espacio geográfico ha devenido en el estudio de los recursos turísticos o formas patrimoniales del ambiente natural y cultural que en el presente están siendo valorizadas como producto o experiencia turística por diferentes actores sociales, económicos y políticos. El territorio en el que vivimos es más que el conjunto de objetos, mediante el cual trabajamos, circulamos y vivimos; conforma la relación que recíprocamente tiene un grupo humano como espacio de su expresión y reproducción; es un ámbito que se crea en la práctica.

Por ello se destaca al territorio como un verdadero espacio de fuerzas cuya aceleración es desigual. Partes de su pasado se actualizan en un paisaje atravesado por diferentes coordenadas e intereses. Esta situación pone en evidencia ciertos temas ineludibles al momento de analizar y reflexionar sobre la relación entre la valoración patrimonial, los fenómenos relacionados con los tipos de turismo y su relación al tomarlos como recursos que generan tanto potencialidades como restricciones en la estructura espacial.

De acuerdo a su localización, características y formas de generar itinerarios y rutas como vías de comunicación e intercambio de experiencias, bienes y costumbres, se percibe al patrimonio con una

mirada integral en la que se destacan dos subgrupos de perspectivas: a) los valores socioculturales que integran componentes, históricos, simbólico culturales, sociales, religiosos-espirituales y estéticos, b) los valores económicos que integran componentes de bienes y servicios como los valores de uso y cambio o mercadeables y los que no son mercadeables porque en los aspectos de su contenido, es difícil la expresión en precios de mercado.

Ahora bien, interesa preguntarse también qué se entiende por patrimonio del pasado mediato o inmediato, de qué manera incide en las prácticas sociales pero más aún, quién define el patrimonio ya que en la práctica lo que sucede es que ciertos expertos deciden qué es patrimonio y qué no, dejando de lado a las partes interesadas, la comunidad o sociedad local. El patrimonio es reflejo de la sociedad que lo produce y es necesario señalar que el patrimonio no siempre es el fruto de la colectividad. Existen procesos en los cuales el patrimonio es producto de procesos económicos, políticos o culturales que a su vez poseen su origen en decisiones de clases o grupos concretos, pero apenas se representan como patrimonio cuando tales construcciones se asumen por la colectividad de forma autónoma.

El trabajo participativo con la sociedad local requiere de espacios de diálogo e intercambio para construir el camino de la gestión compartida entre los sectores públicos, privados y otras organizaciones no gubernamentales, en espacios donde se desarrollan sus actividades, aspiraciones e intereses.

En estos talleres se parte de la necesidad de contar con el aporte del conjunto para detectar el tipo de imágenes que se producen de su lugar de vida. Como ejemplo, tomaremos la secuencia del estudio realizado en el suroeste de Buenos Aires (Bustos Cara, 1995: 89 e 90), en el que aparecen patrones de interpretación por etapas que surgen como situaciones propias entre la sociedad local, productora de imágenes y en relación con las potenciales demandas de actividades turísticas que en su conjunto inciden en las representaciones e imágenes de su propio mundo: a) la sociedad auto genera imágenes, incentivadas por la propuesta de actividades turísticas generándose una búsqueda de valores y especificidades. El proceso se caracteriza como de dominio creativo, desarrollando un papel más activo. Protagonismo de elementos de identidad y diferenciación ante la aparición de nuevos destinos como competencia de otros consolidados; b) en otra secuencia se intensifica la actividad turística y se desarrolla la imagen turística, por selección, exageración, exclusiones conscientes o no. A la sociedad local se agregan otros actores externos y aparecen nuevas habilidades en los recursos humanos; c) en cierto momento de apropiación se destaca la separación, a veces total, entre los agentes más o menos consolidados y la sociedad local ajena y excluida. En

esta fase se construye un imaginario de la materialidad, ajena a la esencia local; d) luego de un desarrollo independiente, la sociedad local puede producir una reconquista, aunque parcial en dichos ámbitos. En general, el problema en esta fase ocurre por el desinterés de los sectores dominantes que actuaron en el lugar como miembros de una sociedad transplantada y desarraigada del nivel local y sus referentes sociales. En este proceso existe una toma de conciencia y se generan expresiones políticas.

Así el turismo actúa como incentivo para reconocer la propia trayectoria sociocultural, en la búsqueda endógena de las propias imágenes locales: búsqueda de originalidades, de raíces, así como de reconstrucción acelerada del pasado simbólico que crea nuevas metáforas. Se crea el pasado desde el presente con un sentido utilitario no ideológico, acorde a los intereses primordiales de localización y potencialidad para los visitantes, a fin de consolidar el territorio de vida, la puesta en valor y en desarrollo en función de una estrategia de inclusión de determinados espacios, diferentes en la consideración del turista y operadores de la actividad turístico recreativa.

En la secuencia de esta trayectoria existen tensiones, conflictos, intereses antagónicos. Esto supone contemplar el perfil social y cultural y el nivel del desarrollo de la localidad o comunidad para asumir el reto de comprometerse y actuar.

Los agentes locales presentan distintas modalidades de intervención y apropiación distinta, a través de empresas y organismos nacionales e internacionales, de manera que es necesario contextualizar las relaciones micro y macro, a distintas escalas de relación para reconocer la trayectoria de las formas de producción en el espacio turístico.

La multifuncionalidad, el tipo de uso, la reconversión agrícola dada las sucesivas crisis, deriva de las nuevas demandas hacia la agricultura y el medio rural. Surgen actividades no agrícolas en áreas periurbanas, en el espacio rural, con capital social acumulado, valor del paisaje, y otros atractivos que se desarrollan y que requieren caminos de abordaje para los conflictos que se suceden en el territorio.

El tipo de relaciones varía dependiendo de la técnica, el tiempo (presente en cada momento histórico) y la intencionalidad, dimensiones que se materializan en los objetos y distintas acciones a través del trabajo (técnica) fuente de valor desde la praxis del materialismo histórico, pero, al ser la técnica también social, dichos objetos caracterizan el espacio geográfico territorial, la realidad objetiva y el producto social en un permanente proceso de transformación (Cammarata, 2001).

¿Desde dónde organizar los espacios de participación para construir la capacidad efectiva o potencial de una comunidad que asume su rol de pertenencia? ¿Cómo generar la voluntad de concertación y establecer mecanismos solidarios y asociativos? ¿Cómo recuperar el valor

democrático a través de la estrategia de participación y responsabilidad ciudadana para con su localidad? Las problemáticas sociales que parten de las prácticas sociales del turismo requieren la conducción y manejo de múltiples desafíos que enfrentan las sociedades hoy, y para ello se requieren personas con conocimientos y habilidades técnicas y prácticas para la gestión de estas nuevas situaciones problemáticas.

La universidad, como agente de promoción y desarrollo, debe poner atención a las demandas sociales y productivas para centrar su tarea en forma operativa y dinámica en relación con los usuarios, los habitantes, la sociedad local, nacional y transfronteriza. La preocupación de algunas instituciones de formación universitaria se relaciona con la necesidad de consultar a la comunidad, contribuir a su educación turística y fortalecer los lazos de su identidad territorial, detectar formas de eliminar barreras para que los beneficios se reinviertan en la sociedad local de destino, relevar las necesidades y priorizar los niveles de demanda local y generar estrategias de cooperación. Sobre todo, poner de relieve aquellas prácticas sociales de acceso a las oportunidades de superación (conocimiento) por parte de los integrantes de la comunidad dadas por referencia a las asimetrías y exclusiones sociales, contrario a situaciones de apropiación y consolidación del territorio de vida.

La relación entre la investigación científica y la gestión plantea el desafío de una mayor reflexión-acción acerca de los procesos socioeconómicos que devienen de diversas acciones políticas. Esta relación se concreta en el proceso de gestión en torno a las problemáticas del colectivo social en el que se involucra el profesional.

En este contexto se destaca la concepción comprehensiva del desarrollo humano que exige considerar la finalidad del bien común de su realización como de una concepción integrada en respuesta a las necesidades locales, regionales, nacionales y de transfrontera en la consideración del bien común.

Es preciso considerar que la actividad turística, generada por determinadas prácticas sociales, se puede concebir como un medio, antes que como fin, es decir que existe en forma complementaria con otras actividades sociales y económicas. Esto podría coadyuvar en un cambio hacia otros niveles de desarrollo de la población local, a través del intercambio y la cultura que se genera, a través de los ingresos que se perciben y de algunos otros beneficios inducidos.

Por el contrario, al estudiar la trayectoria de ciertos lugares, aparecen modalidades concentradas, estrategias de enclaves desterritorializados, es decir, con débiles relaciones y articulaciones económicas y sociales en el territorio derivados de factores exógenos de crecimiento que se propician en el nivel nacional y provincial. Se pueden analizar diversos ejemplos en la República Argentina, en las provincias de Mendoza y Córdoba áreas y lugares dominantes de grandes

concentraciones de poder económico. También en áreas y lugares de las fronteras marginales de la provincia de Misiones.

A modo de síntesis, los temas tratados en los tres aspectos de la contribución al debate, siguen abiertos a la reflexión, dada la necesidad de estudiar en forma concreta las diversas situaciones que aparecen en los territorios para reconocer el tipo de prácticas sociales turísticas que se articulan y se destacan en diferentes formas de apropiación y consolidación del territorio.

Entre los interrogantes que pueden servir para continuar con el tema y plantear una agenda de investigación, se resumen algunos elementos para el encuadre del análisis:

- Analizar las actividades económico- sociales a diferentes escalas de relación en el fenómeno turístico, a fin de reconocer las variaciones especiales de la oferta en cuanto a su valor económico, y el mercado que se desarrolla en diferentes áreas del territorio.
- Caracterizar los cambios y los procesos del crecimiento turístico re-creativo en los territorios del país.
- Interrogar las causas y las motivaciones del mercado en las promociones, el incremento o la disminución de determinadas actividades y prácticas sociales en turismo.
- Analizar qué tipo de viajes y flujos llegan al país y a determinados territorios relacionados que tengan más relación con el *pasaporte de turista*, más económico, que con los flujos de determinados paquetes hacia determinadas prácticas, e incidan en la apropiación y/o consolidación del territorio.
- Tomar en consideración desde dónde se impulsa el turismo y las diferentes modalidades o prácticas sociales (aspectos de la deuda externa, la estabilidad política, el abaratamiento del crédito, el dólar barato, el aumento de los servicios, las concepciones de desarrollo turístico del Banco Mundial, y la Organización Mundial del Turismo a partir de los Programas de Ajuste Estructural, y de las nuevas formaciones de desarrollo social).
- Caracterizar las formas de apropiación del territorio en relación con los paraísos fiscales con determinadas inversiones en los servicios y equipamiento, al crear un marco adecuado para las inversiones extranjeras y fomentar al sector privado.
- Detectar los tipos de apropiación y consolidación del territorio, las modalidades de gran concentración de recursos y servicios.
- Analizar las componentes de accesibilidad e infraestructuras para el crecimiento del turismo en determinados territorios. Esta situación reproduce e incluso incrementa las diferencias regionales del territorio y contradice las situaciones de desarrollo local en áreas marginales.

- Evaluar las relaciones del campo de poder local en vinculación con el crecimiento de áreas turísticas y de otras actividades económicas.
- Visualizar si en determinados territorios el turismo es una actividad dinámica con garantía de éxito, o es funcional a las nuevas características de la nueva sociedad.
- Estudiar los impactos reales del turismo en la economía para apreciar aspectos de la apropiación y consolidación del territorio.
- Analizar las formas de uso turístico en la apropiación de lugares, sitios para identificar quiénes acceden y cómo vive la población contigua a dichos lugares.
- Considerar en estos dos grandes bloques temáticos de apropiación y consolidación del territorio: a) los condicionantes internos (componentes territoriales, condiciones de localización y condiciones socioeconómicas de los destinos), y b) los condicionantes externos: características de la estructura internacional del sector (concentración de grandes empresas transnacionales: conocer su organización y, su articulación con los agentes de los destinos –empresas filiales e independientes– y los estados, además de la estructura intra-empresarial /inter-empresarial del sector)

BIBLIOGRAFÍA

- Ateljevic, I. *et al.* 2003 *Culture, Economy and Tourism Commodities* (Auckland: University of Technology and University of South Pacific, Fidji).
- Bertoncello, Rodolfo 2002 “Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas” en *Revista Aportes y Transferencias* (Mar del Plata/ Buenos Aires) 6 (2).
- Bustos Cara, R. 1996 “El turismo y los procesos de transformación territorial” en Rodrigues, Adyr Balastreri (org.) *Turismo e geografia* (São Paulo: Hucitec).
- Cammarata, Emilce Beatriz 2001 *El turismo en Misiones en el espacio transfronterizo con Paraguay y Brasil. Situación actual, formas de integración y desarrollo desde una perspectiva geográfica*. Tesis doctoral (La Habana).
- Cazes, George 1996 “Turismo e subdesenvolvimento: tendências recentes” en Rodrigues, Adyr Balastreri (org.) *Turismo e geografia* (São Paulo: Hucitec).
- Coriolano, Luzia N. Teixeira 2003 “A produção da imagem dos lugares turísticos” em *Encontro o turismo de inclusão e o desenvolvimento local* (Fortaleza: Premius).

- Di Pietro Pailo, Luis José 2001 "Hacia un desarrollo integrador y equitativo. Una introducción al desarrollo local" en Burin, David-Herreras *Desarrollo local* (Buenos Aire: Ed. Ciccus, La Crujía).
- Lanfant, M. F. 1994 *Identité, memoire, patrimoine et touristification de nos sociétés* (Paris: Gallimard).
- Lazzarotti, O. 1994 "La géographie dans la controverse touristique" en *Ann. Géo* (Paris) N° 50.
- Lebret, Joseph Louis 1967 *Dinamyque concrete du developpement. Economie et humanisme* (Paris: Editions Ouvrieres).
- Mantero, Juan Carlos 2001 "Centros urbanos bonaerenses: red turístico – recreacional" en *Aportes y transferencias* (Mar del Plata) Año 5, N° 1.
- Munne, Frederic 1980 *Psicosociología del tiempo libre. Un enfoque crítico* (México: Editorial Trillas).
- Olsen, Kjell O. 2003 *Authenticity as a Concept in Tourism Research: The Social Organization of the Experience of Authenticity* (London: Tourist Studies, Sage Publications. London).
- Pons, Pau Obrador 2003 *Being-on-Holiday, Tourist Dwelling, Bodies and Place*, University of Durham, Tourist Studies (London: Sage Publications).
- Rodrigues, Adyr Balastrieri (org.) 1997 *Turismo e desenvolvimento local* (São Paulo: Hucitec).
- Santos, Milton 1996 *A natureza do espaço. Técnica e tempo, razão e emoção* (São Paulo: Hucitec).
- Santos, Milton 1994 *Técnica, espaço, tempo* (São Paulo: Hucitec).
- Shepherd, Robert 2003 *Commodification, Culture and Tourism* (London: Tourist Studies, Sage Publications).
- Urry, J. 1990 *The Tourist Gaze* (Londres: Sage Publications).
- Vachon, Bernard 2001 (1993) *El desarrollo local. Teoría y práctica. Reintroducir lo humano en la lógica de desarrollo* (Gijón: Ediciones Trea).
- Vera, Fernando 1997 *Análisis territorial del turismo* (Barcelona: Ariel).