

***Turismo y geografía: lugares
y patrimonio natural-cultural
de la Argentina,***
Rodolfo Bertoncetto, comp.,
Buenos Aires, Ciccus, 2008, 272 pp.

La obra que se comenta a continuación representa una profunda reflexión teórica acerca del turismo, como práctica social de gran impacto en determinado territorio. La originalidad de este texto reside en que se hace desde un país con poca tradición como destino turístico internacional y que tiene, por sus dimensiones y amplia extensión latitudinal, un potencial considerable, aún por valorarse, en este ámbito.

Turismo y geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina constituye el resultado de las investigaciones de académicos de la Universidad de Buenos Aires, dirigidas en su mayoría por el compilador de la obra, el profesor Rodolfo Bertoncetto. Presenta ejemplos prácticos de desarrollo de la actividad turística en ocho lugares de la geografía argentina. Cuatro de ellos corresponden a destinos en la naturaleza del país austral y cuatro más en lo que se podría calificar como destinos urbano-culturales.

La reflexión teórica está presente principalmente en dos textos: en la presentación, a cargo del profesor Bertoncetto, y en el capítulo titulado “El paisaje: la razón y la emoción”, donde Perla Zusman hace una reflexión desde el paisaje y la historia. A ellos hay que añadir el capítulo décimo –y último– elaborado por Carla Lois, Claudia Troncoso y Analía Almirón, dedicado al análisis de la producción cartográfica desarrollada por la Secretaría de Turismo de Argentina, una perspectiva original en la forma de abordar el tema del turismo desde la geografía.

En líneas generales, se pueden identificar tres ejes temáticos a lo largo de los textos: a) la construcción social del *atractivo* y el *patrimonio* por los distintos actores sociales; b) el contexto socioeconómico y cultural de esta construcción social, y c) los intereses perseguidos y articulados por los actores sociales durante el proceso de construcción de los atractivos turísticos. En su conjunto, se trata de temas relativamente poco investigados por los geógrafos latinoamericanos. Por lo tanto, este libro contribuye, sin duda, a la construcción de una geografía –o más

concretamente, de una geografía del turismo— desde la periferia, tarea que encargó Milton Santos a los académicos del subcontinente.¹

Hay que destacar, en primer lugar, el título en sí: *Turismo y geografía*. A partir de lo que se explica en la presentación, acerca de la escasa atención que desde las Ciencias Sociales se la ha dado al *turismo*, resulta curioso que el propio encabezado del texto haya optado por darle mayor relevancia al término *turismo* que al de *geografía*, lo cual permite entender en gran parte lo que se encontrará en el interior de la obra. Claro, no se trata de una lectura desde la geografía económica tradicional, como bien se explica en la presentación. Más bien, es un pensar del turismo desde lo cultural, desde la construcción del territorio, desde ese cuerpo nacional que resultan —desde hace un tiempo— los países. Ese pensar se realiza a partir de algunos de los conceptos que proporciona Bertonecello. Habla del *atractivo turístico* y de la *mirada del turista*, así como de *patrimonio*; todos ellos desarrollados por John Urry (1990) y otros autores. Términos que se podrían entender como artefactos históricos en cuya conformación intervienen no únicamente el lugar en sí, motivo del viaje turístico, sino un conjunto de actores sociales que movidos por intereses diversos hacen del lugar el objeto, perentorio, de la visita y solaz del turista.

No se trata sólo de los supuestos valores intrínsecos del lugar ni de los supuestos intereses, lógicamente temporales, de ese turista. Como bien explica Bertonecello: “El lugar de destino turístico puede pensarse como un lugar relacional cuya existencia deriva de la articulación de sus rasgos o atributos particulares con los intereses y valores definidos por otros” (p. 7).

Se trata de entender, entonces, el lugar de *atractivo turístico* como un elemento y un factor, porque ambos coexisten, y que entabla un diálogo, primero, con el sujeto, o los sujetos, que lo visitan. Posteriormente intervendrán otros actores, algunos de los cuales tendrán potestad para *designar* la función correspondiente al territorio turístico. Porque, en realidad, de lo que se trata en última instancia es de asignar al territorio, a los lugares, la función que en un momento concreto mejor desempeñan de cara al modelo económico, social y territorial vigente.

El concepto de *patrimonio* tiene que ver con esa designación. Una denominación que, como otras tantas categorías, inmoviliza el objeto y a sus habitantes, condenándolos en muchas ocasiones a vender una

¹ Al respecto, puede verse la obra coordinada por Cristóbal Mendoza (2008).

imagen de sí. En este sentido, la pregunta que se plantea Bertoncello al final de su presentación no deja de ser pertinente: lo que llamamos patrimonio ¿ha sido puesto desde el pasado o desde el presente?

Sea como sea, los autores dejan claro que *patrimonio* no debe ser percibido como preexistente ni estático, sino como una construcción social dinámica y sujeta a intereses potencialmente conflictivos, vinculada a un espacio o lugar concreto. En consecuencia, su construcción no se lleva a cabo desvinculada de intereses y acciones, resultados de estructuras socio-políticas y culturales locales, regionales, nacionales e incluso internacionales. Además, prácticamente todos los colaboradores de esta obra muestran que esta construcción de patrimonios tiene consecuencias notables para un lugar o una región, en cualquiera de sus términos, económicos, sociales o culturales. En algunos casos incluso llega a transformar la apariencia física, así como el valor y uso de ciertos espacios, sobre todo si su *valor patrimonial* es canonizado por instituciones internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, por sus siglas en inglés).

Es posible, así queremos pensarlo, que esta orientación hacia la *construcción* del territorio, hacia la *patrimonialización* de los paisajes, costumbres, tradiciones, es lo que llamó la atención de la Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad (Ciccus) para financiar la publicación de esta obra. Ciccus se planteaba elevados fines en sus orígenes, allá en los años noventa del siglo pasado:

Contribuir al desarrollo social mediante la formulación y ejecución de planes, programas, proyectos y acciones de capacitación, actualización, investigación, consultoría, asistencia técnica, producción y distribución editorial, audiovisual y multimedial, concernientes a los campos de la cultura, la comunicación y la educación en sus articulaciones con dicho desarrollo (<<http://www.ciccus.org.ar/9.html>>).

En el catálogo de la Fundación, éste es el segundo libro que se dedica al tema turístico y el primero en el que se habla de geografía (Colección Turismo y Geografía).

Los capítulos que siguen a la presentación recogen y, en algunos casos, ponen mayor énfasis en los planteamientos teóricos que en ella se tratan y que se han explicado de forma somera en esta reseña. Así, el lector se entera de los sucesivos cambios habidos en la quebrada de Hu-

mahuaca, comentados en el capítulo 1 por Claudia Alejandra Troncoso, región que de ser un destino tradicional para personas adineradas de las ciudades del noroeste del país, por la bondad de su clima, pasó a ser destino cultural y fue declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad en 2003. En esta obra se describen también las transformaciones ocurridas en el Parque Natural Ischigualasto, en la provincia de San Juan (capítulo 2, escrito por Hortensia Castro) y en Los Glaciares (capítulo 3, elaborado por Analía Almirón), sitios donde se acentuó el *retorno a la naturaleza* como objetivo de la visita de los turistas y se construyó literalmente un destino; a ello habría que añadir la *patrimonialización* que se ha hecho, también, de los seres que viven en esos entornos particulares de la geografía argentina, como ha sido el caso de la *monstruosa Eubalaena australis* (ballena franca austral) y la península Valdés, a los que Diego Kuper dedica el capítulo 4. En todos ellos intervienen diversos actores, desde instituciones nacionales e internacionales hasta individuos, los cuales ayudan a pensar respecto de los procesos de conversión de un lugar en *atractivo turístico* y acerca de una pregunta ligada a las designaciones de la Unesco: ¿a quién pertenecen estos lugares?

En cambio, en los capítulos siguientes –del 5 al 8– se tratan temas relacionados con el turismo cultural y religioso. Así, en el capítulo 5 Mariana Gómez analiza la transformación del barrio bonaerense La Boca por el turismo local y nacional, que le asignó al lugar una *autenticidad* construida por diferentes actores sociales. En la misma capital argentina se ubica la Feria de Mataderos, tema del capítulo 6, a cargo de Lucas Ramírez. Ahí se habla de la evolución histórica de la zona de los mataderos, que después de numerosas y profundas transformaciones finalmente se convirtió en un territorio nostálgico-turístico, donde los habitantes de la metrópoli buscan revivir *lo gauchesco*, elemento fundamental del pasado y de la identidad nacional. El capítulo 7, elaborado por Fabián Claudio Flores, se enfoca en el origen y las múltiples consecuencias del turismo religioso en San Nicolás de Arroyos, provincia de Buenos Aires, una ciudad industrial en decadencia debido al cambio de rumbo de la política económica nacional a partir de los años ochenta. Otro tipo de turismo nacional se analiza en el capítulo 8, a cargo del propio compilador, Rodolfo Bertoncello. Este estudio de caso se centra en las transformaciones observadas en San José, provincia de Entre Ríos, donde una combinación de atractivos turísticos naturales y culturales permitió conservar una parte del patrimonio argentino.

Los capítulos 9 y 10, de la autoría de Perla Zusman y de Carla Lois, Claudia Troncoso y Analía Almirón, respectivamente, merecen una reflexión aparte. No tratan ningún sitio o espacio concreto, como lo hacen los otros, y pareciera como si sus discursos estuvieran en otra línea, lo que justifica la posición que ocupan en el conjunto del libro.

Si los otros capítulos abordan aspectos relativamente tangibles de los lugares, el de Zusman lo hace acerca de un término que evoca tanto elementos materiales como inmateriales, aunque perceptibles, del lugar, como es el *paisaje*. Como bien argumenta, “el paisaje no es un dato”, y agrega: “Se trata de una construcción resultado de una serie de prácticas sociales entre las cuales se identifican desde el viaje pasando por la producción de discursos científicos o literarios, hasta el desarrollo del paisaje como género pictórico o fotográfico” (p. 199). Es la lenta revelación del paisaje lo que permite entender su largo proceso de valoración y comprensión. *Artializar* el país, usando un término empleado por Alain Roger en su *Breve tratado del paisaje*, ayuda a entender la diferencia entre un lugar y otro.

La valoración del paisaje requiere de varios elementos; el principal es un punto desde dónde admirarlo, pero también su vivencia. Las emociones, los sentimientos, muchas veces encontrados, que puede llegar a despertar su visión y vivencia, han ayudado a viajeros, poetas y artistas en general a su revalorización. Junto a esos elementos se ha promovido la venta de un paisaje nacional, algo visual que lleve a crear un imaginario colectivo con el cual se identifiquen los ciudadanos de una nación.

El capítulo de Lois, Troncoso y Almirón se refiere a un aspecto original y por lo general inusitado en un libro consagrado a la práctica turística. Su título, “Imágenes de la Argentina turística. Un análisis de la producción cartográfica de la Secretaría de Turismo de la Nación”, explica con claridad su objetivo. Como dicen las autoras, es repensar “la cartografía turística en un sentido amplio” (p. 223), comprendiendo no únicamente aquella resultante de la organización en mapas temáticos de la actividad turística, sino también la que aparece en folletos y otros materiales publicitarios, que sugiere modos de practicar turismo al proponerle al viajero, nacional o extranjero, “imágenes acerca de los atractivos y de los destinos turísticos”. Prueba evidente de la implicación estatal en la conformación de imaginarios nacionales que asocian las autoras, incluso, a lo que llaman las *marcas turísticas*.

Imposible concluir esta reseña sin antes realizar un comentario crítico relativo a la calidad editorial de la obra y destacar su indudable valor académico: estamos conscientes de que su relevancia va mucho más allá de la reducida calidad de sus imágenes y de la cartografía que incorpora, lo que habla del escaso presupuesto con que operan muchas editoriales y de lo limitado de los recursos que se otorgan a libros de la importancia de éste. *Turismo y geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*, aunque se trate de un trabajo centrado en el caso argentino, es un texto que, creemos, va a tener un profundo eco en la geografía turística latinoamericana. Tiene el potencial de inspirar tanto a los geógrafos como a los académicos de disciplinas afines a reflexionar acerca de los temas tratados y desarrollar más investigaciones en sus países de origen.

Pere Sunyer Martín*
Ludger Brenner**

Bibliografía

Mendoza, Cristóbal, ed.

2008 *Tras las huellas de Milton Santos*, Barcelona, Anthropos-Universidad Autónoma Metropolitana.

Roger, Alain

2007 *Breve tratado del paisaje*, Madrid, Biblioteca Nueva.

Urry, John

1990 *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*, Londres, Sage.

*Doctor en Geografía e Historia por la Universidad de Barcelona, España (Premio extraordinario de doctorado, 1993). Profesor de la licenciatura de Geografía Humana, Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Correo electrónico: <peresunyer@live.com>.

**Doctor en Geografía por la Universidad de Tréveris, Alemania. Realizó una estancia posdoctoral en el Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesor-investigador titular en el Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Correo electrónico: <bren@xanum.uam.mx>.