

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

## Algunas tendencias del turismo cultural en la Argentina.

### El patrimonio "olvidado" como recurso turístico<sup>1</sup>

---

#### **Claudia Toselli**

Licenciada en Turismo

Coordinadora del área de Estudios de Medio Ambiente y Ocio del Instituto de Medio Ambiente y Ecología, Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo, Universidad del Salvador (Argentina).

#### **Sumario**

- 1.- Introducción
- 2.- Algunos conceptos sobre turismo cultural
- 3.- Patrimonio, comunidad local y sustentabilidad
- 4.- Programas nacionales de turismo cultural en Argentina
- 5.- Conclusiones

#### **RESUMEN**

El turismo es un reflejo de la sociedad en la que se desarrolla, y por lo tanto no puede quedar al margen de las transformaciones que sufre la misma. Supone algo más que un desplazamiento geográfico; implica un acto de migración voluntaria, de enorme magnitud y significación en la vida de la gente, tanto para el visitante como para el visitado. Y cuando ese intercambio se produce, estamos ante un encuentro de culturas.

Frente a la tendencia del fenómeno de la globalización se genera por el lado de las culturas receptoras, la necesidad de redescubrir y fortalecer la identidad cultural, como así también resignificar el patrimonio (1) como factor de unidad. Por el lado de los grupos visitantes, aparece una renovación por el interés hacia a cultura, la cual ha generado nuevas modalidades, entre ellas el turismo cultural.

En la última década en Argentina se van produciendo nuevos hechos que no escapan a las tendencias globales, pero que también responden a situaciones particulares del país. Se origina así un proceso de transformación del modelo económico caracterizado por la crisis del esquema agroproductivo local tradicional con el desdibujamiento del fuerte modelo económico agroexportador del país, el cambio en los modos de producción, la tecnificación del campo y la racionalización ferroviaria.

Esto estimuló a que las administraciones municipales y provinciales comenzaran a estudiar la diversificación de sus economías y a generar estrategias para poder subsistir. Algunas comunidades, redescubrieron en su patrimonio tangible e intangible una potencial fuente de recursos, teniendo en cuenta las nuevas demandas turísticas Orelacionadas con la autenticidad y la vuelta a los orígenes. De esta manera se

---

<sup>1</sup> Artículo publicado en **Travelturisme**, publicación on line de la Agencia Valenciana de Turismo, España, febrero del 2004. En: <http://www.travelturisme.com/estudios/historico/estudios29.html>

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

introducen al mercado nuevos productos turísticos, como por ejemplo pequeñas comunidades rurales, establecimientos agrícola-ganaderos y poblados que rescatan la memoria de los inmigrantes, los cuales adaptan y realizando una puesta en valor de su patrimonio.

En este sentido, el objetivo de este artículo es realizar una aproximación sobre conceptos referidos al turismo cultural; segundo destacar la importancia de la participación local comunitaria para lograr la sustentabilidad de la gestión turística del patrimonio; y por último mencionar algunos ejemplos de turismo cultural en la Argentina, que tienen en común un patrimonio, en muchos casos olvidado, que es puesto en valor en función de las nuevas demandas turísticas.

---

## I. Introducción

El turismo supone algo más que un desplazamiento geográfico; implica un acto de migración voluntaria, de enorme magnitud y significación en la vida de la gente, tanto para el visitante como para el visitado. Y cuando ese intercambio se produce, tal como lo expresa Delgado Ruiz, estamos ante un encuentro de culturas. Es decir, "la cultura receptora se esfuerza precisamente en ofrecer aquello que le es requerido, de acuerdo con su articulación en un sistema intercultural plenamente sometido a las leyes de la oferta y la demanda. Es lo diferente lo que la sociedad anfitriona sabe que debe exhibir enfáticamente, consciente de lo que se espera de ella por parte de quienes acuden turísticamente a visitarla. Estos, por su parte, no esperan en realidad nada nuevo, nada distinto de lo que han visto en las fotografías exhibidas en los libros o las revistas de viajes, en las postales turísticas, en los documentales de la televisión o en las películas de ficción. Han llegado hasta ahí solo para confirmar que todo lo que le fue mostrado como en sueños existe de veras." (2)

El turismo es un reflejo de la sociedad en la que se desarrolla, y por lo tanto no puede quedar al margen de las transformaciones que sufre la misma. Frente a la tendencia del fenómeno de la globalización se genera por el lado de las culturas receptoras, la necesidad de redescubrir y fortalecer la identidad cultural, como así también resignificar el patrimonio\_(3) como factor de unidad. Por el lado de los grupos visitantes, aparece una renovación por el interés hacia a cultura, la cual ha generado nuevas modalidades, entre ellas el turismo cultural.

## II. Algunos conceptos sobre turismo cultural

En 1999 en México se realiza una revisión de la Carta del Turismo Cultural, adoptada por el ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) (4), debido a que el turismo experimenta un gran crecimiento como así también cambios en actitudes y metodologías.

En la carta original los turistas eran vistos como una amenaza para la integridad del lugar visitado, y por consiguiente para el patrimonio. La nueva carta, 8º Borrador de la Carta Internacional sobre Turismo Cultural (5), señala que una de las principales causas de la conservación es la posibilidad de que el lugar u objeto sea accesible a los visitantes en una manera controlada, ya que sin el conocimiento de la importancia que ciertos lugares tienen como patrimonio se dificulta la obtención de los recursos necesarios para

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

su preservación. Esta última carta expresa también que los sitios del patrimonio y las culturas tradicionales constituyen atractivos turísticos a nivel mundial, por lo que turismo y preservación deben complementarse ante estas nuevas tendencias, ya que ambas actividades orientadas con inteligencia permiten proteger el acervo patrimonial, e incluso producir los recursos necesarios para asegurar su mantenimiento.

Es interesante en este sentido, también exponer brevemente algunos conceptos de autores que han tratado temas referidos a turismo cultural. Richards, propuso "una definición conceptual que se basa en el modo en que los turistas consumen la cultura. En la cultura podemos ver algo que abarca lo que piensan las personas (actitudes, creencias, ideas y valores), lo que hacen las personas (pautas de comportamiento normativo o modos de vida) y lo que fabrican las personas (obras de arte, artefactos, productos culturales). La cultura, por lo tanto, se compone de procesos (las ideas y el modo de vida de las personas) y de los productos de esos procesos (edificios, artefactos, arte, tradiciones, ambiente). Si consideramos la cultura de ese modo, el turismo cultural no sólo implica la visita de lugares y monumentos, sino que se amplía también al consumo del modo de vida de aquellas zonas que se visitan. De este modo define el turismo cultural como el desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales. Conforme a esta definición, el turismo cultural no sólo abarca el consumo de los productos culturales del pasado, sino también de la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región". (6)

Cabe agregar también algunas consideraciones que Millán Escriche hace con relación al turismo cultural, al afirmar que "el patrimonio cultural incluye actualmente también lo etnográfico, algo que no encajaba en el término tradicional de patrimonio histórico-artístico, por responder a valores y cualidades populares derivados de usos y costumbres que se transmiten de generación y que son dignas de conservarse como manifestaciones típicas de la cultura popular"(7) . Y además agrega que va en aumento la población que demuestra "una clara predisposición a buscar, o reencontrar en algunos casos, el patrimonio cultural, es decir, todo aquello que representa la tradición, evoca costumbres del pasado y se aleja del acelerado ritmo urbano. En definitiva, es como si desearan recuperar ciertos aspectos de la vida de sus antepasados ...". (8)

### **III. Patrimonio, comunidad local y sustentabilidad**

La singularidad cultural desempeña un papel relevante en la decisión de viajar, por lo que la mayor amenaza para la identidad cultural se produce cuando progresivamente hay más gente que desea viajar al mismo lugar.

Al contrario de otras actividades económicas, en el turismo los "consumidores" llegan hasta el lugar donde se encuentra el "producto", por lo que hace que la actividad turística sea particularmente frágil y vulnerable a cambios que se produzcan en el entorno natural, cultural y económico. Un turismo a gran escala puede alterar completamente el carácter de una comunidad, convirtiéndola en una "puesta en escena" con actores que representan a los nativos y habitantes autóctonos, que huyen hacia otros lugares cuando se acerca la temporada turística.

Ante este panorama cabe preguntarse cómo desarrollar el turismo sin que se produzcan impactos irreversibles. Es decir, buscar los lineamientos para enmarcar la actividad

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

dentro de los principios del desarrollo sustentable. La incidencia que el "Informe Brundtland" sobre Desarrollo Sostenible ha tenido en la concepción actual del turismo ha sido tal, que resulta imprescindible tratar cualquiera de sus temáticas sin referirse al mismo.

El turismo como hecho social, humano, económico y cultural comienza a ser visto como uno de las actividades que pueden ejercer una influencia significativa en el entorno del hombre en general y de los monumentos y sitios en particular. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), el concepto de sustentabilidad está ligado a tres hechos importantes, que son calidad, continuidad y equilibrio, y define al turismo sustentable como un modelo de desarrollo económico diseñado para:

- Mejorar la calidad de vida de la población local, es decir, de la gente que vive y trabaja en el destino turístico.
- Proveer mayor calidad de experiencia para el visitante.
- Mantener la calidad del medio ambiente del que la población local y los visitantes dependen.
- Lograr mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.
- Asegurar la obtención de beneficios (...).(9)

Es importante destacar el hincapié que se hace en la participación de la comunidad local, ya que es esencial dar la oportunidad a los residentes de participar y decidir sobre la planificación y desarrollo de la actividad en su lugar de residencia habitual. De esta manera, se tendrán expectativas realistas sobre lo que se puede esperar del turismo, habrá más motivaciones para proteger el entorno cultural y natural, y se percibirán como beneficios las mejoras obtenidas gracias a esta actividad. (10)

Con respecto al papel que las comunidades locales deben asumir en el desarrollo sustentable de los destinos turísticos, la OMT establece:

- Proporcionar interacciones culturales entre la comunidad local/visitantes.
- Proporcionar servicios al visitante.
- Potenciar los productos locales.
- Tomar decisiones acerca de los diseños de los proyectos.
- Tomar iniciativas respecto a las acciones.
- Participar con los costes de los proyectos.
- Proteger las normas culturales. (11)

El turismo moderno es la llave para el encuentro cultural, la ampliación de la mente, el mutuo entendimiento de los pueblos. La verdadera experiencia turística debe descubrir la auténtica vida que existe en cualquier parte, el presente, el pasado y las aspiraciones de cada pueblo receptor. Podríamos decir entonces que estamos ante la "humanización del turismo", ya que el turista del nuevo milenio demanda una mejor calidad de vida, experimenta un cambio de sensibilidad, o si se prefiere, un cambio en los elementos de atracción que generan los flujos turísticos. Responde, sin dudas, a una nueva ética del turismo que incorpora la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura, y las formas de vida de las poblaciones receptoras.

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

#### **IV. Programas nacionales de turismo cultural en Argentina**

Ante el emerger de nuevos escenarios a nivel mundial, en Argentina se van produciendo nuevos hechos que no escapan a estas tendencias globales, pero que también responden a situaciones particulares del país.

A partir de 1990, en Argentina se originó un proceso de transformación del modelo económico argentino caracterizado por la crisis del esquema agroproductivo local tradicional con el desdibujamiento del fuerte modelo económico agroexportador del país, el cambio en los modos de producción, la tecnificación del campo y la racionalización ferroviaria.

Esto estimuló a que las administraciones municipales y provinciales comenzaran a estudiar la diversificación de sus economías y a generar estrategias para poder subsistir.

Algunas comunidades, redescubrieron en su patrimonio tangible e intangible una potencial fuente de recursos, teniendo en cuenta las nuevas demandas turísticas relacionadas con "la autenticidad y la vuelta a los orígenes". De esta manera se comienzan a desarrollar nuevos productos, adaptando y realizando una puesta en valor del patrimonio cultural, que en muchos casos no se había tenido en cuenta hasta el momento, y en otros casos, estaba sumido en el abandono y el olvido.

En esta perspectiva se comienzan a implementar algunos programas a nivel nacional, insertos en la modalidad del turismo cultural.

La llegada de los primeros colonos a Argentina fue rescatada a través del programa "Argentina Mosaico de Identidades", cuyo objetivo fue fortalecer, preservar y desarrollar el patrimonio cultural, étnico y religioso de Argentina. Bajo el criterio de "pensar global-actuar local", se propuso generar estrategias para desarrollar y potenciar las particularidades de cada lugar. Para ello se procedió a la creación de nuevos productos sustentables, entendiendo que estos sitios podían constituir una verdadera alternativa a través del turismo cultural.

A finales del siglo XIX Argentina necesitaba "manos para labrar la tierra" ya que contaba con grandes extensiones de campo deshabitadas. De esta manera a través de la ley de Inmigración y Colonización sancionada en 1876 se instrumentó una política de población y ocupación del territorio. Hacia la segunda mitad del siglo XIX nuestro país se había convertido en el primer destino de América del Sur al que llegaban los inmigrantes europeos, quienes consolidaron una clase media, cultural y económica que caracterizó la identidad de nuestro país.

El sincretismo cultural dado en Argentina a través del establecimiento de diferentes corrientes migratorias refleja, en este sentido, una defensa de la pluralidad y la diversidad.

"Este es un programa creado a partir de la convicción de que la verdadera identidad de la Argentina es su diversidad. La identidad moderna de un país es el resultado de la suma de particularidades de sus habitantes. Este concepto difiere del denominado "crisol de razas", que imaginaba el ser nacional como el producto de la renuncia de lo particular, en una mezcla o fundición en la cual no se distinguía el aporte de sus distintos componentes. Por eso se habla de mosaico como una pieza única, formada por muchas piezas únicas". (12)

Dentro de este programa se llevó a cabo el proyecto Shalom Argentina "Huellas de la Colonización Judía" que a través de doce circuitos distribuidos en siete provincias:

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

Buenos Aires, Chaco, Entre Ríos, La Pampa, Río Negro, Santa Fe y Santiago del Estero, propone un recorrido por las colonias judías asentadas en el país, y la experiencia de la colonización agrícola que constituye un hecho único y singular.

"La propuesta no es la de un circuito turístico convencional. Se trata de lugares alejados, perdidos en una inmensidad, que no incluye hoteles 5 estrellas. Quien se interese en estos recorridos, descubrirá que necesita nuevos equipajes para lanzarse a la experiencia de este viaje. Sólo así podrá sorprenderse con centenarias sinagogas ranchos o con antiguos cementerios rodeados únicamente de campo y cielo. En el camino, tendrá la posibilidad de admirar objetos y libros sagrados, que nacieron tan lejos de la Argentina como del siglo XXI. Son sobrevivientes de otros tiempos y otros espacios. Y, de pronto, el turista también se topará con mezclas tan heterogéneas como únicas..." . (13)

Otro programa a nivel nacional es el Programa Argentino de Turismo Rural "Raíces". (14) Este comenzó a implementarse en el año 2000, impulsado por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación y la Secretaría de Turismo la Nación, fundamentado en la necesidad de impulsar el desarrollo regional, y ha involucrado a pequeños y medianos productores rurales con posibilidades de realizar otras actividades para diversificar sus ingresos. El relevamiento realizado a nivel nacional dio como resultado que Argentina cuenta con 500 establecimientos rurales distribuidos en 23 provincias. (15)

Entre los objetivos del Programa "Raíces" se encuentran:

- Diversificar actividades económicas complementarias de las propiamente rurales. Esto conlleva a una menor dependencia de las tradicionales actividades agrarias o ganaderas.
- Crear empleo y fomentar el arraigo rural. La incorporación de la actividad turística al sector rural ha despertado gran interés entre los productores, no sólo porque se trata de una actividad que enfrenta una demanda en crecimiento, sino porque ocupa factores ociosos (mano de obra y capital), a través del uso de los recursos productivos rurales para la prestación de servicios relacionados con el turismo.
- Revalorizar el patrimonio cultural. El turismo en áreas rurales es un instrumento eficaz para revalorizar las diversas manifestaciones culturales como puede ser la gastronómica y los alimentos regionales, como así también el desarrollo de rutas temáticas relacionadas con recursos arqueológicos, paleontológicos, geológicos, históricos, etc. Asimismo, es muy importante el fenómeno que se registra en cuanto a las tradiciones, ya que se incorporan prácticas culturales que habían quedado en desuso y se comienza a revalorizar las costumbres y hábitos de las comunidades rurales. Las técnicas primitivas pasan a formar parte de las actividades simbólicas que contribuyen al mantenimiento de la identidad, y cuya función ya no es de uso sino de reproducción cultural. Por su parte los museos de sitio, son muy importantes, sobre todo porque constituyen un verdadero testimonio de la vida cotidiana, las condiciones de trabajo en sus orígenes y la reconstrucción de los procesos productivos originales.
- Desarrollar una oferta no concentrada, de pequeña escala y con valor agregado. En muchos casos los ingresos se generan por la venta directa de la producción del lugar. En esto es importante destacar, que no sólo se venden a los visitantes los productos primarios sin elaborar, sino también alimentos artesanalmente preparados que recogen las tradiciones regionales más antiguas. En definitiva el turismo rural genera para los productores la posibilidad de agregar valor a su producción primaria. Y además, la relación, productor-turista consumidor, genera

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

condiciones adecuadas para implementar estrategias de calidad entre los productores primarios, los que anteriormente estaban muy alejados en la cadena de distribución de los consumidores finales.

- Fomentar el asociativismo. La necesidad de lograr suficiente escala para la promoción, la comercialización, la capacitación, la compra de insumos, y las dificultades para acceder a las fuentes de financiamiento y de asesoramiento en los distintos aspectos (contable, legal, gastronomía, hostelería, etc.) promueve que los productores dedicados al turismo rural, desarrollen sociedades con esos objetivos, ya que no es fácil llevar adelante una nueva actividad sin una organización a la cual recurrir.

## Conclusiones

Los diversos vaivenes económicos por los que ha atravesado Argentina hicieron necesario repensar e idear nuevos modelos para el desarrollo local. Es así como las comunidades toman conciencia de la necesidad de adaptarse a estas nuevas situaciones y así, surgen nuevas formas de gestión y participación comunitaria para la recuperación y puesta en valor del patrimonio a través del turismo cultural, como actividad dinamizadora de las economías locales.

Ahora bien, la importancia de estos desarrollos locales trasciende el análisis meramente económico, para concentrarse en temas asociados a nuevas formas de organización social, nuevas modalidades institucionales, el reconocimiento de la protección del medio ambiente, y la gestión adecuada de los recursos naturales y culturales.

En este contexto, podemos decir que la implementación de estos programas, no sólo ha impulsado el desarrollo turístico propiamente dicho, sino también ha promovido la recuperación y conservación del patrimonio local, como así también el establecimiento de nuevas "industrias culturales locales". Estas últimas han dado origen a nuevas formas de trabajo y empleo, como así también una oferta de productos y servicios personalizados - o no estandarizados. Estos se caracterizan por tener un alto valor agregado ya que, son elaborados a pequeña escala; se emplea mano de obra local; se utiliza materia prima del lugar; se incorporan estrategias artesanales de producción; y tienen una intensa participación comunitaria.

La fortaleza y potencialidad de estos "nuevos productos" está basada en su autenticidad y singularidad, y su atractivo reside justamente en que no son tan fáciles de encontrar en otras latitudes, ni en los destinos turísticos convencionales.

Tal como lo afirma Millán Escriche (2001) existe un "turismo emergente" que busca "viejos recursos para nuevos turismos", lo cual confirma la frase "nada se pierde, todo se transforma", ya que estamos ante la creación de nuevos productos turísticos que pone en valor un rico pasado histórico y cultural, muchas veces olvidado.

Argentina posee una riqueza patrimonial única, rica y diversa, que los representa y caracteriza, y en conjunto puede potenciarse y fortalecerse como producto integrado, que oportunamente gerenciado generará nuevos recursos para la región.

## Notas

(1) El concepto de Patrimonio propuesto por el (ICOMOS, 1999) es amplio e incluye sus entornos tanto naturales como culturales. Abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias vitales. Registra y expresa largos procesos de evolución histórica, constituyendo la esencia de muy diversas identidades nacionales, regionales, locales, indígenas y es parte integrante de la vida moderna.

(2) Manuel Delgado Ruiz, "Trivialidad y trascendencia. Usos sociales y políticos del turismo cultural", en Turismo cultural: el patrimonio El patrimonio histórico como fuente de riqueza, Valladolid, Ed. Fundación de Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000, pág. 34.

(3) El concepto de Patrimonio propuesto por el (ICOMOS, 1999) es amplio e incluye sus entornos tanto naturales como culturales. Abarca los paisajes, los sitios históricos, los emplazamientos y entornos construidos, así como la biodiversidad, los grupos de objetos diversos, las tradiciones pasadas y presentes, y los conocimientos y experiencias vitales. Registra y expresa largos procesos de evolución histórica, constituyendo la esencia de muy diversas identidades nacionales, regionales, locales, indígenas y es parte integrante de la vida moderna.

(4) La Carta del Turismo Cultural, adoptada en Bélgica en 1976 en el Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo, por el ICOMOS (International Council on Monuments and Sites), es un referente fundamental a la hora de definir el turismo cultural.

Esta carta se adopta en el marco de que el turismo es un hecho social, humano, económico y cultural irreversible y comienza a ser visto como uno de los fenómenos propicios para ejercer una influencia significativa en el entorno del hombre en general y de los monumentos y sitios en particular: El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio- culturales y económicos que comporta para toda la población implicada.

(5) Carta Internacional Sobre Turismo Cultural, 8º Borrador (ICOMOS), "La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo", México 1999. Web site: [http://www.Icomos.Org/Tourism/Tourism\\_Sp.Html](http://www.Icomos.Org/Tourism/Tourism_Sp.Html). Fecha de consulta de la página: 19/10/01.

(6) Richards, Greg. "Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural europeo", en El Turismo Cultural: el Patrimonio Histórico como fuente de riqueza, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid, 2000, pág. 72.

(7) Millán Escriche, Mercedes. "Viejos recursos para nuevos turismos: El caso de la región de Murcia", en Cuadernos de Turismo, Universidad de Murcia, Nro. 8, julio-diciembre 2001, pág. 112.

(8) Ibidem, pág. 110.

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

(9) Sancho, Amparo. Introducción al turismo, Madrid, Organización Mundial del Turismo, 1998, p. 260.

(10) En este marco es interesante hacer aquí un análisis sobre la importancia de la toma de conciencia local de los recursos turísticos que posee una comunidad, destacando que estos recursos son, ante todo, recursos comunitarios de ocio . Es decir, que si bien en una localidad puede existir un patrimonio cultural y natural con el suficiente atractivo como para generar una corriente de visitantes, este patrimonio tiene que formar parte también del disfrute propio de la comunidad local, atendiendo a los criterios de sustentabilidad anteriormente mencionados. Se entiende por recursos comunitarios de ocio a los servicios y equipamientos públicos a disposición del ciudadano destinado al ocio cultural, deportivo o lúdico en un sentido amplio, incluyendo: a) espacios e infraestructuras (deportivos, culturales, plazas y parques, zonas de esparcimiento); b) servicios y actividades (deportivas, culturales, formativas, ecológicas, festivas, lúdico-recreativas, solidarias); c) recursos económicos y humanos involucrados en la gestión de ocio. Elaboración a partir de Cuenca Cabeza et al., 1995. Fuente: a) Participación en el ocio juvenil de Barakaldo, Instituto Interdisciplinar de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto, Bilbao, 1995, pág. 24. b) Ocio y Desarrollo comunitario en Berriz, Bilbao, Universidad de Deusto, Instituto Interdisciplinar de Estudios de Ocio, 1995, Cap. II.

(11) Op. cit. 9, p.265.

(12) Shalom Argentina "Huellas de la Colonización Judía", Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte, Buenos Aires, noviembre 2001, pág. 8.

(13) Ibidem, pág. 16.

(14) Se hace referencia al mismo en este artículo, ya que distintos autores, entre ellos Sarasa (2000) consideran el turismo rural como una modalidad vacacional a la cual denomina "turismo cultural en el medio rural". Asimismo, Richards (2000) lo considera una variante dentro del turismo cultural, ya que está "referido a las actividades que tienen lugar en un ambiente rural, con las costumbres y actividades que se viven en los ambientes lejos de las ciudades y áreas industrializadas, tales como pueblos, granjas". Cabe agregar que el turismo rural incorpora prácticas culturales que habían quedado en desuso, revaloriza las costumbres y hábitos de las comunidades campesinas, y hasta recupera antiguos procesos y actividades vinculadas a la producción agrícola-ganadera, contribuyendo a preservar la memoria colectiva e identidad local.

(15) Página web: <http://www.sectur.gov.ar/turisrural/espanol/home/defaulta.htm> Fecha de consulta: 25 de setiembre de 2002.

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

## BIBLIOGRAFIA

- 8º Borrador Carta Internacional sobre Turismo Cultural, International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) México, 1999.
- BUHDIBA, Abdelwahab. "El turismo y las tradiciones culturales", en El CORREO de la Unesco, París, Ed. UNESCO, Nº 2, febrero 1981, pág. 4-8.
- BURBRIDGE, Horacio. "El turismo cultural" en Política Turística Argentina, Buenos Aires, Ladevi Ediciones, 1999.
- Carta del Turismo Cultural, International Council on Monuments and Sites (ICOMOS), Bélgica, 1976.
- Community Leisure and Recreation. Theory and practice, Oxford, Les Haywood, 1995, 173 p.
- Correo de la UNESCO, "Turismo y cultura, compañeros de ruta", UNESCO, París, julio / agosto 1999.
- Cuadernos de Turismo, Universidad de Murcia, Murcia, No. 3-8, 1999-2001.
- CUENCA CABEZA, Manuel. "La mediación ocio-cultura, un nuevo espacio de desarrollo", en Letras de Deusto, Bilbao, Universidad de Deusto, Nº 71, Vol. 26, abril - junio de 1996, p. 95-117.
- Estudios Turísticos "Turismo Cultural", Instituto de Estudios Turísticos; Madrid, No. 150, 2001.
- Estudios Turísticos: El turismo metropolitano en Europa. (Ponencias correspondientes al Curso de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, impartido en Sevilla, octubre de 1994), Madrid, Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría General de Turismo -Turespaña, 1995, Nº 126, 212 pág.
- DELGADO RUIZ, Manuel. "Trivialidad y trascendencia. Usos sociales y políticos del turismo cultural", en El turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid, 2000, pág.
- JENSE, María; BOUTELLIER, Maria Silvia; ZEINSTEGER, Elsa. "El patrimonio arquitectónico de las estancias de Tierra del Fuego como recurso turístico", en Estudios y Perspectivas en Turismo, Vol. 10, Nro. 1 y 2, 2001, Centro de Investigaciones turísticas, Buenos Aires, p. 91-112
- MAGAZ, María del Carmen. "Patrimonio y Turismo", en Signos Universitarios 40º Aniversario, Buenos Aires, Universidad del Salvador, Nro. 29, Humanidades I, enero-junio 1996, p.119-131.
- MAIZTEGUI-OÑATE, Concepción. "Cultural Tourism: New uses for Cultural Heritage?", en revista WLRA, Vol. 38, No.1, 1996.
- MILLAN ESCRICHE, Mercedes. "Viejos recursos para nuevos turismos: El caso de la región de Murcia", en Cuadernos de Turismo, Universidad de Murcia, Nro. 8, julio-diciembre 2001, pág. 109-128.
- MILLAN ESCRICHE, Mercedes. "El turismo rural en la planificación económica de la Región de Murcia", en Cuadernos de Turismo, Universidad de Murcia, Murcia, Nro. 4, 1999, pág. 51-72.

**Travelturisme** (<http://www.travelturisme.com>), publicación *online* destinada a los profesionales del Turismo, creada por l'Agència Valenciana del Turisme - ISSN 1579-6841

- MILLAN ESCRICHE, Mercedes. "Medio físico y turismo rural: una aportación para los informadores turísticos", en Cuadernos de Turismo, Universidad de Murcia, Murcia, Nro. 3, 1999, pág. 93-114.
- OMT. National and regional tourism planning, Routledge, Londres. Primera impresión en 1997, Londres, 1999.
- RICHARDS, Greg. "Políticas y actuaciones en el campo del turismo cultural europeo", en El turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, Valladolid, 2000, pág.
- SANCHO, Amparo. Introducción al turismo, Madrid, Organización Mundial del Turismo, 1998.
- Shalom Argentina "Huellas de la Colonización Judía", Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte, Buenos Aires, noviembre 2001, pág. 8.
- SCHLÜTER, Regina. El turismo en Argentina. Del balneario al campo, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires, 2001.
- TOSELLI, Claudia; POPOVICH, M. R. (Comp.) Medio Ambiente y Ocio, Buenos Aires, Ciudad Argentina - Universidad del Salvador, Buenos Aires, 2000, p.277.
- Turismo Cultural en América Latina y el Caribe, UNESCO, La Habana, 1997.
- Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza, Valladolid, Fundación de Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000.
- Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza, Valladolid, Ed. Fundación de Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000.
- VERA REBOLLO, Fernando; LINARES, Manuel. "Turismo y patrimonio histórico y cultural". En Estudios Turísticos, Madrid, Ed. Instituto de Estudios Turísticos, 1995, Nº 126, pág. 161-177.