

Aporte teórico conceptual al Turismo como disciplina académica a partir de la patrimonialización como proceso de valorización turística de los territorios

Ana Lía del Valle Guerrero* Silvana Soledad Gallucci**

Universidad Nacional del Sur (Argentina)

Resumo: El presente artículo constituye un aporte tendiente a precisar y enriquecer el marco teórico conceptual del turismo como disciplina académica, aún en construcción. El mismo se fundamenta en un diálogo generado desde la formación geográfica y turística de las autoras, a fin de reflexionar acerca del uso de algunos términos – expuestos principalmente desde la Geografía por diversos autores- y aplicados en la disciplina del Turismo para el estudio de los procesos de construcción de territorios turísticos. El artículo se realiza a partir de la revisión de bibliografía específica y con base en trabajos previos de investigación académica de las autoras. En este contexto, se propone como objetivo general analizar la relación entre los procesos de patrimonialización y valorización turística realizada por actores sociales de un territorio turístico a diferentes escalas, ello desde tres aproximaciones teórico conceptuales. Esta reflexión se construye con los aportes de las Ciencias Geográficas y en particular, desde la Nueva Geografía Cultural pero filtrada y enriquecida con las características propias del Turismo como disciplina académica.

Palavras-Chave: Patrimonialización; Valorización Turística; Análisis Multiescalar y Transescalar; Turismo como Disciplina Académica

Conceptual theoretical contribution to tourism as an academic discipline from the patrimonial as a process of tourist valorization of territories

Abstract: This paper contributes to clarify and enrich the theoretical and conceptual framework of Tourism as an academic discipline, still under construction. It is based on a dialogue generated from geographical and tourism academic profile of the authors, in order to reflect on the use of certain terms - exposed mainly from Geography by various authors- and employed in the discipline of Tourism for the study of the processes of construction of tourism territories. The methodology used was based on the review of specific literature and on previous academic research of the authors. In this context, the aim of this paper is to analyse the relationship between the processes of patrimonial and tourist development by social actors in a tourism territory at different scales, from three conceptual theoretical approaches. This reflection is built with the contributions of Geographical Sciences and in particular from the New Cultural Geography but filtered and enriched with the characteristics of Tourism as an academic discipline.

Key Words: Heritage Creation Processes; Tourism Valorisation; Multiscale and Transescalar Analysis; Tourism as Academic Discipline

* Licenciada en Geografía (UBA). Magíster en Política y Estrategia (UNS); E-mail: aguerrero@uns.edu.ar

** Licenciada en Turismo (UNCOMA). Magister en Desarrollo y Gestión Territorial (UNS); E-mail: gallucci@uns.edu.ar

1. Introducción

El presente artículo constituye un aporte tendiente a precisar y enriquecer el marco teórico conceptual del turismo como disciplina académica, aún en construcción. El mismo se fundamenta en un diálogo generado desde la formación geográfica y turística de las autoras a fin de reflexionar acerca del uso de algunos términos aplicados en la disciplina del Turismo para el estudio de los procesos de construcción de territorios turísticos. De este modo, se plantea reflexionar sobre la pertinencia y uso de conceptos expuestos por diversos autores, principalmente desde la Geografía, tales como: *“patrimonio construido a partir de valores identitarios de la sociedad local”* (Bertoncello, 2002, 2009), (Bustos Cara, 2004), *“mercantilización del turismo”* (Bertoncello, 2002, 2009) (Prats, 1998) (Almirón *et al.*, 2006), *“turistificación”* (Knafou, 1992) (Lanfant, 1994) (Hiernaux, 1995) (Urry, 1996) y *“patrimonio instituido a partir de la mirada externa”* (Bertoncello, 2009). Consideramos que estos conceptos conllevan una toma de posición frente al objeto de estudio con cierta connotación negativa en su uso, ello considerado desde la perspectiva del Turismo como disciplina académica.

En este contexto, se propone como objetivo general analizar la relación entre los procesos de patrimonialización y valorización turística, realizada por los actores sociales de un territorio turístico a diferentes escalas, ello desde tres aproximaciones teórico conceptuales. Esta reflexión se construye con los aportes de las Ciencias Geográficas y en particular, desde la Nueva Geografía Cultural pero filtrada y enriquecida con las características propias del turismo. De este modo, en el marco de La Nueva Geografía Cultural, la primera aproximación, desde la escala local, analiza el proceso de patrimonialización y valorización turística desde la sociedad local. La segunda, aborda esta misma relación pero desde una escala global poniendo énfasis en el patrimonio instituido desde una mirada externa en el proceso de valorización turística.

A partir de estas dos aproximaciones, se propone enriquecer el análisis teniendo en consideración las características singulares del turismo. En este sentido, la tercera aproximación, a través de un análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional, aborda la patrimonialización como proceso de valorización turística de los territorios ampliando los análisis propuestos por autores de otras disciplinas de las Ciencias Sociales en esta temática. Asimismo, se reflexiona sobre la precisión de conceptos vinculados con la patrimonialización como proceso de valorización turística de los territorios.

2. Marco Teórico Conceptual

El proceso de construcción del conocimiento del *Turismo como disciplina académica* es aún muy reciente respecto de otras disciplinas más tradicionales. En este sentido, en la actualidad desde el ámbito académico mundial se coincide en señalar que la disciplina del Turismo es amplia, compleja, multifacética y dinámica ya que necesita diferentes abordajes con relación al tema de investigación.

Cabe diferenciar que el estudio del turismo contiene dos perspectivas. Una más dominante y difundida, la perspectiva técnica, asociada al enfoque de los hechos, de las habilidades técnicas, de las prácticas operativas y de la provisión de las herramientas necesarias, todo ello asociado al turismo como actividad económica productiva (con base en Wallingre, 2011:166). La segunda perspectiva, menos desarrollada y aún en construcción, es la perspectiva científica o académica, que busca definir su objeto de estudio, terminología y método propio que la defina como ciencia, construido desde una visión propia.

El estudio del Turismo en sus inicios se ha apoyado en perspectivas sociológicas y antropológicas, pasando luego al estudio de las motivaciones de los turistas desde un enfoque psicológico y, posteriormente a una perspectiva más amplia que la disciplinaria al tomar el enfoque de la Escuela Humanística (Dachary, 2005:2-3). A inicios del presente siglo, J. Jafari (2005 en Wallingre, 2011:154) entre otros autores, avanza en aceptar una visión científica del turismo puesto que actualmente tiene casi todas las propiedades y herramientas generalmente asociadas con los campos de investigación más desarrollados.

De este modo, como bien señala N. Wallingre (2011:154) *“la discusión más reciente sobre el estudio del turismo se centra en que está atravesado por numerosas disciplinas, que utiliza referencias teóricas de la mayoría de las ciencias sociales (...) situación que tiende a complejizar sus avances”*. Se entiende así que el proceso de integración interdisciplinario, es un camino que permite la comprensión del objeto de estudio del turismo. Por ello, se cree necesario avanzar hacia un enfoque propio desde el Turismo con base en enfoques interdisciplinarios para continuar en la construcción de un marco conceptual sólido a partir del uso de terminología propia.

Sin embargo, según el tipo de investigación a realizar, en dicho proceso habrá ciencias con mayor presencia que otras. En este sentido, la Geografía ha sido una de las ciencias que más aportes ha

realizado para la construcción de la disciplina del Turismo, en tanto se centra en estudiar el territorio como parte constitutiva de la práctica turística puesto que incluye lugares de origen, destino y tránsito (con base en Bertonecello, 2002:39-41).

De este modo, afirmamos que la construcción del conocimiento científico del Turismo necesita de los aportes de otras disciplinas pero usando un filtro -pensado como reflexión hacia la propia disciplina- que permita separar la visión de la Geografía de la visión del Turismo como disciplina académica, usando sólo aquellos conceptos útiles pero incorporando a su vez, conceptos propios desde el Turismo.

A partir de lo expuesto, la Ciencia Geográfica ofrece una variedad de enfoques para el estudio de los fenómenos territoriales, en sus aspectos físicos y humanos, que pueden ser abordados desde perspectivas muy diversas. Existen en la actualidad junto a los paradigmas clásicos, nuevas tendencias que se complementan y enriquecen mutuamente, brindando herramientas para abordar el territorio como fenómeno socioespacial.

En este marco, la corriente de pensamiento desde la cual se aborda la investigación toma aportes de la Geografía Humanista, particularmente de las tendencias propuestas por *La Nueva Geografía Cultural* donde la Geografía de la Percepción muestran su incidencia a través del análisis de lo subjetivo, lo local y la percepción particular de los distintos actores sociales involucrados en el fenómeno estudiado (Guerrero; Gallucci, 2010). Para comprender el pasaje del espacio al territorio, es necesario entender que el espacio no dice nada por sí solo, ya que para comprenderlo hay que analizar su proceso de construcción a través del estudio de los vínculos sociales. El espacio así construido se transforma en territorio como producto social.

La perspectiva propuesta por La Nueva Geografía Cultural ha contribuido a pensar de otro modo los vínculos entre sociedad, espacio y cultura. El lugar, desde esta mirada constituye esa porción del espacio geográfico que tiene una connotación emocional con una carga simbólica y afectiva que la diferencia del resto del espacio. La *Geografía de la Percepción* completa esta mirada ya que entiende al espacio vivido como sentido del lugar abarcando las cualidades fisiológicas y psíquicas de dicho espacio (Bailly; Beguin, 1992:27). El espacio vivido se basa en un conjunto de símbolos y valores que van surgiendo mediante un conjunto de impresiones y experiencias, personales y colectivas que permiten formar imágenes a través del filtro que realiza cada individuo. Este filtro permite formar una imagen mental, que es el eslabón que media entre el medio real y la conducta del hombre. Cada persona percibe el espacio de modo diferente influido por las emociones y las experiencias personales que son un factor básico en la organización de las percepciones (Puyol et al, 1988).

El estudio de los espacios vividos es importante para la comprensión de las conductas espaciales. Entre el espacio que un hombre quiere conocer y uno mismo se interponen el filtro de la propia personalidad y el de su ambiente. La imagen que se tiene del espacio corresponde de hecho a un espacio percibido y vivido guiando sus decisiones espaciales, la elección de la localización y el desplazamiento, entre otras (Bailly y Beguin, 1992:57). Según R. Méndez (2008:147) *“La mirada geográfica se interesa no sólo por el objeto tangible sino también por la imagen percibida y evaluada por las personas que lo observan, generadoras de valoraciones sociales dominantes en cada lugar y momento histórico, lo que a su vez incide sobre el tipo de actuaciones que se llevan a cabo.”*

Además de tomar las tendencias propuestas por La Nueva Geografía Cultural, en este artículo también se considera el enfoque escalar, propio de la Geografía, pero de aplicación transversal en otras disciplinas. Un *análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional*¹ postula la necesidad de un estudio integrado y relacional de los procesos a diferentes escalas y sus efectos sobre el territorio. Esta concepción multiescalar se encuentra vinculada a una concepción relacional² más que a un abordaje determinado desde la perspectiva del tamaño o de la jerarquía. Esto implica que las escalas no pueden ser concebidas como instancias aisladas sino como resultado de un complejo de relaciones sociales y económicas transescalares que las interpenetran, configuran y transforman permanentemente (con base en Fernández, 2010:311; Howitt, 1998).

Esta línea de análisis coincide con la propuesta por Castro y Zusman (2007:174) quienes sostienen que *“la escala se aleja de su visión cartográfica y metodológica para enfatizar el proceso de construcción social y más precisamente de construcción política de la misma”...* *“De esta manera global y local no son ámbitos locales ni estáticos sino que son continuamente reconfigurados por las acciones sociales... al mismo tiempo acciones provenientes de sujetos situados a nivel local pueden reconfigurar los ámbitos globales y viceversa”*. En síntesis, la idea de un enfoque relacional implica tanto las relaciones sociales multiescalares como transescalares de poder.

El análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional aplicado al análisis de los procesos de patrimonialización y valorización turística redefine las miradas propuestas en tanto se relacionan

con un análisis desde dos contextos escalares - el local y el global, ambos válidos, ninguno más real que otro- puesto que funcionan simultáneamente. Es importante destacar, las implicaciones estratégicas de las conclusiones alcanzadas sobre relaciones y procesos en cada escala de análisis dado que, considerar sólo una de ella implicaría perder de vista el carácter dinámico y complejo del territorio como una totalidad. En este sentido, cabe acotar que tanto la Antropología como la Sociología han contemplado este tipo de cuestiones.

A su vez, el análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional lleva a considerar el concepto de *actor social local* en tanto sus posturas y acciones determinan procesos locales más allá de la localización espacial de los actores. Así, la escala local no es patrón jerárquico preconcebido sino el producto contingente de las tensiones existentes entre las fuerzas estructurales y las prácticas de los actores sociales (Blanco, 2007:48-49). A partir de esta conceptualización, en el presente artículo se consideran actores sociales con poder (económico, político, ideológico) que organizan y transforman el territorio en función de intereses concretos y estrategias de actuación en algunos casos difícil de entrever.

Por lo tanto, el marco teórico propuesto por La Nueva Geografía Cultural complementado con análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional, es adecuado para el estudio académico del Turismo abordando desde la subjetividad del individuo y los lazos que se establecen con el entorno, entendiendo al espacio como un lugar vivido y percibido en su interrelación dialéctica local- global.

Para cerrar el marco teórico conceptual, son necesarios otros conceptos complementarios que se desarrollan en el presente artículo y que permiten diferenciar las características entre valoración y valorización, términos que usualmente se utilizan como sinónimos.

Tradicionalmente, el patrimonio se entiende como “*el acervo de una sociedad, esto es el conjunto de bienes (naturales o culturales, materiales o inmateriales) acumulados por tradición o herencia, común al conjunto de los individuos que constituye esa sociedad. El vínculo con la identidad y la cultura es una característica distintiva, en la medida en que el patrimonio es parte de una cultura y expresaría, de modo sintético y paradigmático, los valores identitarios que la sociedad reconoce como propios*” (Almirón A. y otros, 2006 et al:104).

Actualmente, el patrimonio no sólo se define como la herencia sino también es el resultado de procesos actuales de *activación patrimonial* que consiste en un proceso de selección de determinados objetos entre un conjunto amplio de objetos pasibles de ser patrimonializados (Prats, 1998). Asimismo, este autor (1998:63-76) argumenta que el proceso de activación patrimonial es llevado a cabo “*por individuos concretos, al servicio, más o menos consciente, de ideas, valores e intereses concretos, aunque mediante la imagen del ‘sujeto colectivo’ pretendan naturalizar dichos procesos*”. El autor sostiene que una vez que son legitimados culturalmente se convierten en fuente de atraktividad turística que favorecen el desarrollo del destino turístico.

De ello se desprende que, el patrimonio es un concepto dinámico y cambiante, no solamente debido a su temporalidad intrínseca, sino que implica una lucha permanente contra la pérdida de significación para los contemporáneos, porque el patrimonio no sólo remite exclusivamente al pasado, sino también la cultura que se crea en el presente es futuro patrimonio para las nuevas generaciones (Puccio, 2004). Luego, se entiende que el concepto de patrimonio es relativo, temporal, histórico.

La transformación del espacio en territorio mediante la asignación de sentido, se entiende como *proceso de territorialización*. Siguiendo las ideas de Hiernaux (1995) se puede decir que, el espacio construido por las diferentes sociedades a lo largo del tiempo puede describirse como un recubrimiento, en capas sucesivas de tiempos superpuestos, que son aún identificables desde el presente. Aunque el espacio es el mismo las reasignaciones de sentidos son diferentes a las que otro proyecto le imprimió, en otro contexto y en otro tiempo. A partir de este proceso de territorialización, o simultáneamente con él, surge el proceso de patrimonialización. De este modo, consideramos que *no existe un territorio como soporte del patrimonio, sino múltiples territorios que van cambiando en un proceso de construcción y deconstrucción de territorios y patrimonios continuos* (Guerrero, A.; Gallucci, S., 2009) (Gallucci, S.; Guerrero, A., 2010) (Guerrero, A.; Gallucci, A. 2010).

Asimismo, el patrimonio debe ser valorado y para ello es necesario distinguir los conceptos de *valoración –o valuación- y valorización*. Al respecto, Mason (1998) señala que la *valoración* se refiere a los valores que efectivamente dan las personas a los bienes, por ejemplo la herencia cultural, mientras que la *valorización* implica un proceso de apreciación de dichos bienes mediante deliberaciones públicas, proclamaciones de expertos, debates en los medios de comunicación y supone el hecho que las personas pueden aprender a valorar la herencia cultural de una sociedad, lo cual puede ser luego tomado en cuenta en las propuestas y estudios económicos.

Con relación a lo expresado anteriormente, en el proceso de activación patrimonial se podrían distinguir dos *formas de valoración social*: la valoración simbólica y la valorización económica. La *valoración simbólica* puede ser desde la sociedad local o desde una mirada foránea. Inicialmente, la valoración

simbólica correspondía al patrimonio efectivamente vivido, reconocido y compartido por la sociedad local que llevaba a una activación de la memoria con fines identitarios y de pertenencia. La bibliografía más reciente en la temática, resalta la existencia de un proceso inverso donde la valoración simbólica parte de una mirada foránea que lleva a valorar un patrimonio que es instituido o impuesto desde la mirada externa (ej. organismos internacionales como Unesco) con la finalidad de generar atractividad turística reforzando la valorización económica sobre la valoración social.

Por su parte, la *valorización económica*, destaca la producción cultural del pasado como contribución para acrecentar su prestigio y lograr su puesta en valor con fines económicos; siendo la apropiación patrimonial a partir de las declaraciones formales, discursos de los medios de comunicación o de los líderes y autoridades (adaptado de Jimenez G., 2005).

La valorización económica orientada a la puesta en valor de atractivos turísticos implica una valoración turística. En este sentido, la *valorización turística* tiene lugar cuando existe una coordinación de esfuerzos y voluntades para asignar significados a los atractivos turísticos tangibles e intangibles que hay en un determinado espacio. Es decir que, el proceso de valorización turística conlleva esfuerzos de planificación, de negociación y consenso entre actores sociales para producir beneficios en la sociedad a partir de la comercialización de bienes y servicios turísticos del territorio.

La condición de atractividad puede ser construida socialmente, no sólo a partir de cualidades propias del destino turístico, sino también por el interés en transformar diferentes lugares en destinos turísticos, a partir de la puesta en valor patrimonios potenciales presentes en el territorio. La condición de atractivo turístico, no es una condición inherente a dicho rasgo sino una asignación social, esto es el resultado de un proceso social que conduce a otorgarle una valoración positiva y concita el interés por utilizarlo, transformándolo de este modo en un recurso turístico. Los lugares donde esto sucede devienen por lo tanto en lugares de destino turístico (con base en Cammarata, 2009).

En este marco, se presentan a continuación tres aproximaciones que muestran la relación entre los procesos de patrimonialización y de valorización turística realizada por los actores sociales de un territorio turístico determinado. La primera, analiza a escala local, el proceso de patrimonialización y valorización turística desde la sociedad local. La segunda, aborda esta misma relación pero desde una escala global poniendo énfasis en el patrimonio instituido desde una mirada externa en el proceso de valorización turística.

A partir de estas dos aproximaciones, la tercera pretende enriquecer el análisis a partir de la consideración de las características singulares del turismo. En este sentido, se plantea ampliar los análisis propuestos por autores de otras disciplinas en esta temática aportando a la construcción del conocimiento del Turismo como disciplina académica a partir, por un lado, de la precisión de conceptos vinculados con la patrimonialización como proceso de valorización turística de los territorios. Por otro lado, a través de un análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional que permita un abordaje integral de dicho proceso.

3. Primera aproximación “Escala local. Proceso de patrimonialización y valorización turística desde la sociedad local”

La idea central de esta primera aproximación parte de la visión tradicional de la escala asociada a la representación dominante de la escala en relación al tamaño y localización cartográfica. Esta visión cartográfica de la escala local, se aleja de la discusión propuesta por Howitt (1998), Fernández (2010) Castro y Zusman (2007), expuesta en el marco teórico conceptual.

Asimismo, se fundamenta en que la identidad cultural de una sociedad se apoya en el *patrimonio construido a partir de valores identitarios* que la sociedad reconoce como propios; así, este patrimonio cultural es parte del territorio en el que se asienta esa sociedad en tanto es legitimado culturalmente. Además, el mismo puede sufrir procesos de activación patrimonial a través de una valoración no sólo simbólica sino también a través de una valorización económica capaz de generar atractividad turística y convertirlo, mediante la valorización turística, en un patrimonio turístico reorganizando ese espacio a través del turismo.

En este proceso de reorganización del espacio en función de la actividad turística, Bustos Cara (2004:11) sostiene que la *patrimonialización* es un “*proceso voluntario de incorporación de valores socialmente construidos, contenido en el espacio-tiempo de una sociedad particular que forma parte de los procesos de territorialización que están en la base de la relación entre territorio y cultura. La apropiación y valorización como acción selectiva, individual o colectiva, se expresa en acciones concretas que permiten construir referencias identitarias durables*”. Por lo tanto, un recurso para ser considerado

patrimonial debe ser valorado y legitimado por la sociedad en su conjunto, es decir, el poder político junto con la sociedad civil.

Con relación a la propuesta de este autor, en la escala local, el proceso de patrimonialización tiene dos caminos para su desarrollo. El primero, se apoya en una valoración simbólica que implica la asignación de un sentido patrimonial a un recurso por parte de la sociedad local que otorga valores identitarios y culturales llevando a una legitimación cultural del mismo.

El segundo, a partir de este reconocimiento como patrimonio cultural socialmente construido, puede producir una valorización económica mediante la implementación de acciones de políticas públicas que llevan a una valorización turística diferencial de los espacios en función de sus recursos. En este proceso, las decisiones políticas producen una activación del patrimonio que deviene luego en atraktividad turística, transformándolo en un patrimonio turístico.

En esta primera aproximación, se integran los contenidos propios de la Geografía de la Percepción en tanto el espacio vivido por una sociedad se basa en un conjunto de símbolos y valores que van surgiendo mediante un conjunto de impresiones y experiencias, personales y colectivas que permiten formar imágenes a través del filtro que realiza cada individuo al seleccionar aquellos recursos considerados capaces de ser patrimonializados.

Finalmente, esta aproximación, muestra la forma tradicional en que surge un patrimonio en un territorio determinado a partir de la valoración simbólica que realiza la sociedad local. Sin embargo, actualmente se sostiene que el proceso de patrimonialización se ha invertido y parte de la necesidad de generar atraktividad turística en un territorio. Este proceso que se explica a continuación, posee una mayor complejidad en su abordaje.

4. Segunda aproximación “Escala global. Patrimonios instituidos desde una mirada externa en el proceso de valorización turística”

En la segunda aproximación se mantiene la visión cartográfica de la escala a pesar que el foco está puesto en la mirada externa. Se entiende como mirada externa o foránea -o bien mirada turística en términos de Urry (1996)- la realizada desde la escala global en el proceso de construcción de los territorios turísticos.

Esta perspectiva abordada desde la Geografía, Sociología y Antropología en diversas investigaciones por autores como Knafo (1992), Lanfant (1994), Hiernaux (1995) y Urry (1996) desarrolla el concepto de “*turistificación*”³. Asimismo, más recientemente, diversos autores como Almirón (2006), Bertonecello (2002) (2009), Prats (1998) (2006) incluyen el concepto de “*mercantilización del patrimonio*”. Dentro de la línea de investigación referida al proceso de turistificación, estos últimos autores también señalan que el patrimonio sufre el mismo proceso que el territorio (en tanto relación dialéctica entre espacio y sociedad) poniendo énfasis en el valor comercial que se le asigna⁴. En este sentido, según Prats (2006:72) se entiende que la mercantilización del patrimonio se produce como consecuencia de la evolución social y se da en la medida que existe el turismo, respondiendo más un interés económico que identitario.

Desde un enfoque cartográfico de la escala, mientras que la primera aproximación, desde la escala local, considera como punto de partida la identidad cultural de la sociedad local y el proceso que lleva a definir el patrimonio turístico capaz de generar un territorio turístico, esta segunda aproximación, desde la escala global –pero aún desde un enfoque cartográfico–, según los autores mencionados, considera que el proceso de construcción de un territorio turístico surge de un *patrimonio instituido por la mirada externa*, el cual puede o no ser aceptado como patrimonio cultural por la sociedad local⁵. En este caso, el proceso de patrimonialización parte de la valorización turística, a la inversa del proceso descrito en la primera aproximación, sin pasar por un proceso previo de valoración simbólica. Esta valorización turística, surge de una activación patrimonial establecida por la mirada externa la cual conlleva previamente una valorización económica. De esta manera, desde la segunda aproximación se comienza a emplear en relación con el patrimonio, los términos turistificación y mercantilización.

Estas ideas se encuentran reflejadas en lo expuesto por Prats (2006:74). Al respecto el autor señala que “*la activación patrimonial clásica, es decir previa a la mercantilización se produce dentro del propio contexto social (local o nacional) y está destinada al consumo interior. En cambio la activación patrimonial mercantilizada que depende del interés de los visitantes, ajusta su discurso a los estereotipos dominantes*”.

Asumir esta segunda aproximación implica, a su vez, aceptar que los atractivos turísticos de un lugar resultan tales en función de los valores, decisiones y acciones de la mirada externa al territorio bajo estudio; por lo tanto, dichos atractivos no se definen en ese territorio sino en otros. En consecuencia, el

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.

Dicho de otro modo, el destino turístico y sus atractivos son tales en tanto existan “otros” que con su “mirada turística” lo instituyan como tales (Bertoncello, 2002). En la misma línea Santana Talavera (2003:9) señala que *“los rasgos culturales se rescatan, los edificios se rehabilitan y campañas publicitarias- informativas dicen a los pueblos cuál es su patrimonio cultural e incluso cuál es su carácter y motivación histórica, en no pocas ocasiones sin oír su voz y leer su memoria (...) El turismo es, en el aprovechamiento sólo un promotor de aquellas estrategias de lectura, simplificándolas y abriendo las fronteras de la imaginación. El turismo marca una forma de ver y sentir el mundo”*.

Esta mirada externa es dinámica en tanto es influida por las tendencias socioculturales, económicas y técnicas dominantes en cada momento histórico. De este modo, por lógica repercute en la creación y (re) valorización de atractivos turísticos reorganizando los territorios en función del turismo. En este contexto, de acción y construcción social y política del territorio, los territorios turísticos – y por ende tal lo expresado en el marco teórico conceptual, sus patrimonios- también son resultado de procesos sociales de asignación de valor, y por lo tanto, son dinámicos y cambiantes. En consecuencia, se observa como este espacio vivido, es producto de un proyecto en el que operan diferentes grupos con sus propias lógicas e intereses otorgándole valores y significados influido por la subjetividad individual y colectiva.

Por consiguiente, los procesos de patrimonialización, mercantilización y turistificación se entrecruzan en tanto un lugar posee un valor cultural o natural capaz de generar desplazamientos turísticos, a la vez importa que desde el punto de vista económico implica una comercialización de la imagen del lugar. Tal como lo expresa Hernández (2010:14) *“la patrimonialización reitera algunas de las formas de turistificación, un sitio, un lugar, un ambiente natural, una expresión artística, puede ser declarado patrimonio: 1) por el valor cultural y natural; 2) por la cantidad de turistas que fluyen a los lugares que posteriormente se declaran patrimonio, como medida de protección y conservación o como consolidación de la economía turística y 3) para el despliegue de políticas de desarrollo regional que tengan como base el respeto por la identidad territorial o la necesidad de comercializar la imagen del lugar”*.

Se coincide así con el pensamiento de A. Almirón (2006:115 con base en Harvey, D. 2002) quien sostiene que el interés por desarrollar el turismo en un determinado lugar oriente el proceso de descubrimiento de potenciales patrimonios presentes en él, para su directa transformación en atractivo turístico. Los procesos de patrimonialización quedan, en este caso subvertidos desde su origen dado que sólo aquellos elementos que puedan ser convenientemente mercantilizados por el turismo serán patrimonializados; esto ocurre sólo en aquellos lugares donde esta mercantilización permita apropiarse ganancias para los actores involucrados en el proceso.

Esta segunda aproximación se encuentra en parte en línea con lo expuesto por Castro y Zusman (2007:178), quienes consideran que *“la competencia por la patrimonialización de los lugares se asocia a un interés de las élites dirigentes por situar a estos en el mapa cultural actual y promover su mercantilización a través de la práctica turística”*. Asimismo, esta aproximación se alinea con lo expuesto por Harvey (2002) (citado por Castro y Zusman, 2007:179) respecto al poder del capital simbólico colectivo que se presenta para el capital como renta monopólica. Este autor destaca que *“el capital busca localizarse en estos lugares ya que, frente a la pérdida de otros poderes monopólicos a partir de la disminución de los costos de transporte y de comunicación y de la reducción de las barreras comerciales, la puja por el capital simbólico colectivo se torna en la base más importante de las rentas monopólicas”*.

En síntesis, según los autores citados la mirada externa, selecciona, valora y define los atractivos que van a constituirse en patrimonio, dejando de lado aquellos que no satisfacen sus necesidades. Por lo tanto, no son las cualidades de los recursos las que determinan su valor como patrimonio sino que ello se define por el proceso que lleva a su selección. En este proceso de valorización turística los vínculos establecidos entre territorio- patrimonio- valorización, se expresan a través del aporte que el patrimonio, en tanto atractivo, hace al turismo y el dinamismo que se genera sobre el territorio al que se le asigna una condición turística a partir de la activación patrimonial que lo transforma en destino turístico.

Por último, desde esta aproximación, se reconoce que como consecuencia de esta mercantilización del patrimonio para uso turístico, se originan impactos en el territorio. El turismo dinamiza el territorio al convertirlo en un destino turístico y favorece su desarrollo económico, mientras que, simultáneamente puede perder el valor cultural original asignado al patrimonio (en caso de que existiera) en función de su posibilidad de ser mercantilizado. De este modo y desde la visión cartográfica de la escala global, el patrimonio es instituido por expertos (mirada externa) visibilizando un lugar como destino turístico, a la vez que puede perder su valor cultural original o valor simbólico (en términos de Mason, 1998).

5. Tercera aproximación “Análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional. Aportes desde el Turismo como disciplina académica para abordar la patrimonialización como proceso de valorización turística en un territorio”

A partir de lo expuesto, esta tercera aproximación propone abordar los procesos de construcción de territorios turísticos considerando dos cuestiones conceptuales desde el Turismo como disciplina académica que marcan la diferencia con la primera y segunda aproximación. En primer lugar, respecto a la escala proponemos un análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional como determinante de las acciones de los actores sociales en el territorio turístico objeto de estudio. Así como también, rever los conceptos de “*mirada foránea o externa*” y “*patrimonio instituido*” considerando el alcance de los conceptos de “*escala*” y “*actores sociales*” donde la interacción local- global se realiza desde el enfoque escalar propuesto. Ello a fin de contribuir en la construcción de un marco conceptual de la disciplina a través del empleo de una terminología que le sea propia. En segundo lugar, consideramos pertinente el empleo de los términos “*valorización económica*” en lugar de “*mercantilización*” y “*valorización turística*” en lugar de “*turistificación*”.

Con respecto al enfoque escalar propuesto, el mismo se aleja de la visión tradicional limitada a lo cartográfico, abordadas en la primera y segunda aproximación. Por lo contrario, proponemos un análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional que permita un abordaje integral de la patrimonialización como proceso de valorización turística que lleve a definir nuevos territorios turísticos.

La posición que se adopta en el presente artículo considera la dimensión multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional en el análisis de la cuestión turística, en tanto se diferencian los aspectos relacionales de los meramente espaciales. De este modo, la escala como constructo social y de relaciones de poder, implica considerar que las mismas no existen previamente a la interacción social sino que son la propia expresión de las relaciones entre actores sociales que involucran inevitablemente relaciones asimétricas de poder donde ciertos actores se movilizan alrededor de un espacio definiendo sus objetivos y estrategias (con base en González, 2010:126).

Por consiguiente, se constituyen en actores locales en tanto con sus decisiones y acciones intervienen en los procesos de construcción de un territorio turístico determinado. Por lo tanto, desde la postura adoptada, el término “*local*” no está definido desde un punto de vista espacial sino que se define en tanto sus acciones determinan procesos locales, más allá que las decisiones sean tomadas por expertos desde una escala global. Es así que importa definir “*lo local*” en términos relacional y procesual en función de la complejidad y el dinamismo que adquieren las relaciones de poder en un territorio turístico.

Esta posición coincide con la expuesta por Castro y Zusman (2007:174 citando a Herod, 2003) quienes señalan que la concepción de escala “*se aleja de una visión cartográfica o metodológica para enfatizar el proceso de construcción social y, más precisamente, política de la misma. Esto quiere decir que desde los procesos sociales, económicos y políticos que definen los diferentes niveles de actuación, y que esta diferenciación y jerarquización escalar es un requisito para que dichos procesos se lleven adelante y se asegure su continuidad. De esta, manera, global y local no son ámbitos cerrados, ni estáticos, es decir que no son entidades fijas sino que son continuamente reconfiguradas por las acciones sociales. Al mismo tiempo, acciones provenientes de sujetos situados a escala local pueden reconfigurar los ámbitos locales y viceversa, es decir que, además de las acciones propias que configuran a cada uno de ellos, el cruce entre distintos niveles, también los recrea*”.

Por ello, desde esta postura resaltamos el alcance y aplicación de los conceptos de escala y actores sociales locales frente al uso de los conceptos de “*mirada externa*” y “*patrimonio instituido*” - desarrollado por los autores citados en la segunda aproximación- los cuales permiten inferir un concepto de escala desde un sentido espacial (cartográfico, donde lo externo está vinculado a la localización espacial) más que relacional (en términos de relaciones de poder en el espacio). Por lo tanto, se entiende que la acción, más allá de su localización espacial, es la que define como actor local. No obstante, más recientemente, Bertonecello (2010:50-51 con base en Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006) reconoce que “*la definición de un lugar como destino turístico es además relacional, en la medida en que sólo es posible comprenderla en el marco de una red de lugares articulares por las funciones y los actores que participan en el fenómeno turístico. Forman parte de esta red los lugares de origen y destino de los turistas, pero también los de actuación de los agentes económicos y del poder público, los que además (y en la mayoría de los casos) actúan en múltiples escalas y de forma heterogénea e intencionada (según sea sus funciones y objetivos) en cada una de ellas*”.

Sin dejar de lado que el turismo como actividad económica tiene implicaciones territoriales específicas, se resalta que el proceso de construcción del territorio turístico es un hecho dinámico y complejo que

relaciona diferentes actores sociales, a diferentes escalas, siendo todos responsables del resultado final. Cada uno de ellos (sociedad local, el turista, organizaciones públicas y privadas) ocupa roles específicos, actúa según intereses y desde lugares de poder diferentes ejerciendo control sobre la gestión del turismo, representando estos roles, la expresión material y simbólica de sociedad y de su evolución. Esta interrelación a diferentes escalas permite explicar el proceso de construcción del territorio turístico en tanto los comportamientos de la comunidad muchas veces aparecen condicionados por decisiones y acciones de algunos actores con presencia global y simultáneamente con poder en la escala local, dejando entrever de este modo interacciones local- global en el territorio.

En relación con los conceptos de “*patrimonialización*”, “*mercantilización*” y “*turistificación*” -en los cuales predominan enfoques sociológicos, geográficos y antropológicos en las investigaciones sobre territorios turísticos- pretendemos aportar mayor precisión conceptual al Turismo como disciplina académica. En este sentido, observamos un sesgo dominante desde las Ciencias Sociales mencionadas en tanto el énfasis puesto en el proceso de construcción del territorio turístico deja de lado los fundamentos del turismo como actividad esencialmente económica productiva, pues la búsqueda del beneficio económico es inherente a la actividad. Por consiguiente, en el abordaje del Turismo como disciplina académica no debe perderse de vista que esta es una característica propia de la actividad turística. Ello sin olvidar que la actividad turística genera efectos que trascienden lo económico y que en consecuencia deben ser analizados desde diferentes dimensiones (social, política, ambiental, científico tecnológica, espacial, entre otras) desde el aporte teórico de otras disciplinas de las Ciencias Sociales.

Cuando se habla de turistificación y mercantilización, se hace referencia a la pérdida de uno de los valores sociales que es el valor simbólico (con fines identitarios y de pertenencia) que la sociedad le asigna al patrimonio y se remarca el valor adquirido a través de la valorización económica (uso del patrimonio como mercadería), la cual deviene en una valorización turística cuando se orienta a la puesta en valor de atractivos turísticos. Por lo tanto, la valorización turística implica el uso del patrimonio con fines económicos pudiendo discutirse la pérdida del valor simbólico otorgado por la sociedad. En consecuencia, se propone desde el Turismo como disciplina académica considerar el análisis de la patrimonialización como proceso de valorización turística reemplazando los términos mercantilización y turistificación por valorización económica y valorización turística respectivamente.

En síntesis, en esta tercera aproximación destacamos que desde la visión del Turismo como disciplina académica, el análisis de la patrimonialización como proceso de valorización turística se considere como un complejo de relaciones sociales y económicas de poder, multiescalares y transescalares en permanente transformación capaces de generar destinos turísticos en interacciones local- global donde las relaciones asimétricas de poder son una constante en el proceso de construcción de territorios turísticos.

6. Conclusión

A modo de conclusión, interesa avanzar hacia un enfoque propio desde el Turismo como disciplina académica con base en aportes interdisciplinarios para contribuir a la construcción de un marco conceptual sólido. Estas reflexiones surgen desde el ámbito académico, favorecido por el crecimiento de las investigaciones académicas en turismo realizadas en universidades donde se imparte la formación de grado y posgrado en Turismo. Asimismo, afirmamos que esta disciplina necesita los aportes de otras disciplinas pero filtrado y enriquecido con las características propias del turismo.

En este marco, las reflexiones presentadas a través de las tres aproximaciones permiten plantear la cuestión relativa al empleo de conceptos -que consideren las características propias del turismo -para estudiar la patrimonialización como proceso de valorización turística a diferentes escalas.

A partir de lo expuesto, la tercera aproximación aborda los procesos de construcción de territorios turísticos considerando dos cuestiones conceptuales desde el Turismo como disciplina académica. En primer lugar, respecto a la escala proponemos un análisis multiescalar y transescalar desde un enfoque relacional que permita un abordaje integral de la patrimonialización como proceso de valorización turística que lleve a definir nuevos territorios turísticos. Además, rever los conceptos de “*mirada foránea o externa*” y “*patrimonio instituido*” considerando el alcance de los conceptos de “*escala*” y “*actores sociales*” donde la interacción local- global se realiza desde el enfoque escalar propuesto. En segundo lugar, consideramos pertinente el empleo de los términos “*valorización económica*” en lugar de “*mercantilización*” y “*valorización turística*” en reemplazo de “*turistificación*”.

A modo de cierre, la propuesta destaca que -desde la visión del Turismo como disciplina académica- el análisis de la *patrimonialización como proceso de valorización turística* se considere como un complejo de

relaciones sociales y económicas de poder, multiescalares y transescalares en permanente transformación capaces de generar destinos turísticos en interacciones local- global donde las relaciones asimétricas de poder son una constante en el proceso de construcción de territorios turísticos.

Bibliografía

- Almirón, A. Bertoncello, R., Troncoso, C.
2006 “Turismo, Patrimonio y Territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos argentinos”.
Revista Estudios y Perspectivas en Turismo, 15 (2): 101 – 124, CIET, Buenos Aires.
- Bailly, A y Beguin, H.
1992 *Introducción a la geografía humana*, Colección de Geografía, Masson, Barcelona.
- Bertoncello, R.
2002 “Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas”. *Revista Aportes y Transferencias. Tiempo libre, Turismo y Recreación*, 6 (2): 31 – 50, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata.
- Bertoncello, R.
2009 “Turismo y Patrimonio, entre la cultura y el negocio”. En Paes, M. y Oliveira, M. (org.), *Geografía Turismo e Patrimonio Cultural*, capítulo I: 33- 53, Ed. Anna Blume, San Pablo.
- Blanco, J.
2007 “Espacio y territorio: elementos teóricos- conceptuales implicados en el análisis geográfico”. En M.V. Fernández Caso y R. Gurevich (coord.), *Geografía nuevos temas, nuevas preguntas. Un temario para su enseñanza*, 37-94, Biblos, Buenos Aires.
- Busto Cara, R.
2004 “Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local”.
Revista Aportes y Transferencias Tiempo Libre Turismo y Recreación, 2 (8): 11 - 24, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata.
- Cammarata, E.
2009 “La valorización del espacio- lugar en el acontecer turístico: Perspectivas teóricas. Desafíos y controversias para su desarrollo”. *Revista Realidad, Tendencia y Desafíos*, IX (7): 15 - 32, CONDET, Editorial de la Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.
- Castro, H.; Zusman, P.
2007 “Redes escalares en la construcción de los patrimonios de la humanidad. El caso de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)”. *Revista GEOUSP- Espaço e Tempo*, 21: 173-184, San Pablo.
- Dachary, A.
2005 “La construcción del paradigma del turismo: un camino interdisciplinario”. *Congreso La creatividad en el turismo para el nuevo milenio*, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.
- Dutra, I.; Araujo, L., Campos, J.; Montijo, B.
2009 “Nueva territorialidad”. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol XVIII (4): 362- 380, CIET, Buenos Aires.
- Fernández, V.
2010 “Desarrollo regional bajo transformaciones transescalares ¿Por qué y cómo recuperar la escala nacional?”. En Fernández Víctor, Brandao, Carlos, *Escalas y políticas del desarrollo nacional. Desafíos para América Latina*, Editorial Miño y Dávila, Universidad Nacional del Litoral, Facultad de Ciencias Económicas, cap 9, 301- 341, Santa Fe.
- Gallucci, S.; Guerrero, A.
2010 “Turismo cultural, patrimonio y territorio. La activación patrimonial del Santuario de la Virgen de Fátima como elemento dinamizador del espacio turístico en Villa Serrana La Gruta”. *Actas de Jornadas Bicentenario Perspectivas, Debates, Desafíos en las Ciencias Sociales*, Universidad Nacional del Centro, en CD Rom, Tandil.
- González, S.
2010 “Las narrativas escalares de la globalización. Neoliberalismo y ciudades competitivas”. En Fernández Víctor, Brandao, Carlos, *Escalas y políticas del desarrollo nacional. Desafíos para América Latina*, Editorial Miño y Dávila, cap 3: 123-149, Universidad Nacional del Litoral, Facultad de Ciencias Económicas, Santa Fe.

- Guerrero, A.; Gallucci, S.
2010 “La nueva geografía cultural como enfoque para el abordaje del turismo religioso. Su efecto dinamizador a partir de la sacralización del territorio y la construcción de atraktividad turística”. *Revista Realidad, tendencias y desafíos en turismo*, X (8): 105-115, Consejo Nacional de Estudios Turísticos (CONDET), Universidad Nacional del Comahue, EDUCO, Neuquén.
- Guerrero, A.; Gallucci, S.
2009 “El proceso de activación patrimonial de las Cuevas Maragatas como reflejo de la valoración diferencial del territorio”. *Actas V Jornadas Interdisciplinarias del Sudoeste Bonaerense*, Universidad Nacional del Sur, en CD Rom, Bahía Blanca.
- Hernández, F.
2010 “Patrimonio y turismo en la construcción de nuevos territorios. El Partido de Coronel Dorrego, Provincia de Buenos Aires como caso de estudio”. *Revista Huella*, 14: 117- 149, Editorial Miño Dávila, Universidad Nacional de la Pampa, Santa Rosa.
- Hiernaux, D.
1995, “Elementos para un análisis sociogeográfico del turismo”. Congreso Internacional de Geografía y Planeamiento del Turismo, San Pablo.
- Hiernaux, D.
2010, “La geografía del turismo en México: entre lo dicho y lo no dicho”. En Hiernaux, Daniel, *Construyendo la geografía humana*, Editorial Antrophos Editorial, cap. 8: 171- 186, Universidad Autónoma Metropolitana, Barcelona.
- Howitt, R.
1998 “Scale as relation: musical metaphors of geographical scale” *Journal Area*, (30) 1: 9 – 58, School of Earth Sciences, Macquarie University, Sydney.
- Jiménez, G.
2005 “La concepción simbólica de la cultura”. En *Estudios sobre las culturas y las identidades sociales*, Instituto de Investigaciones sociales (IIS), UNSAM, México.
- Knafou, R.
1992, “L’invention du tourisme”. En A. Bailly, R, Ferras y D. Pumain (coord.) *Encyclopédie de Géographie*, 827-844, Ed. Economica, Paris.
- Knafou, R.
1996, “Turismo E Território Por uma abordagem científica do turismo”. En Rodrigues, A. (organizadora) *Turismo e Geografia: Reflexões Teóricas e Enfoques Regionais*, 62-74, Editora Hucitec, San Pablo.
- Lanfant, N.
1994, “Identité, mémoire, patrimoine et touristification de nos sociétés”. *Revista Sociétés*, 46, 433-439, Paris.
- Mason, R.
1998. “Economics and Heritage Conservation: Concepts, Values and Agendas for Research”. En Randy Mason (ed.), *Economics and Heritage Conservation*, p. 31, Proceeding of a Meeting Organized by the Getty Conservation Institute, Getty Center, Los Angeles.
- Méndez, R.
2008 “Trayectoria reciente de la geografía: algunos problemas y potencialidades para su enseñanza”. *Revista Huella*, 12: 128 a 155, Editorial Miño Dávila, Universidad Nacional de la Pampa, Santa Rosa.
- Prats, L.
1998 “El concepto de patrimonio cultural”, *Revista Política y Sociedad*, 27, 63-76, Universidad de Barcelona, Barcelona.
- Prats, L.
2006 “La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias”, *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 58, 72- 80, Consejería de Educación, Cultura y Deporte, Andalucía. Disponible en: <http://www.iaph.es/web/canales/publicaciones/>
- Puccio, H.
2004 “El turismo Cultural a partir de los 90”. En *VI Encuentro Humbolt*, Universidad de Morón, Córdoba.
- Puyol, R.; Estebanez, J.; Méndez, R.
1988 *Geografía Humana*, Editorial Cátedra, Madrid.
- Santana Talavera, A.
2003 “Patrimonio culturales y turistas: unos leen lo que otros miran”. En *Revista digital de turismo cultural y patrimonio Pasos*, Instituto de Ciencias Políticas y Sociales, Vol 1 N°1: 1-12, Universidad de La Laguna, Islas Canarias.

Urry, J.

1996 “O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas”, cap5, 82-103, SESC y Studio Nobel, Sao Paulo.

Wallingre, N.

2011 “Avances en la construcción del conocimiento del Turismo. Pensando la disciplina del turismo desde una perspectiva integral”. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20 (1): 149- 170, CIET, Buenos Aires.

Notes

- ¹ Multiescalar refiere a articulaciones escalares de orden institucional, mientras que transescalar refiere a las relaciones conformadas a partir de redes de flujos que las atraviesan.
- ² La perspectiva de Howitt (1998) propone el abordaje de las escalas desde tres formas de representación dominantes: el tamaño (en términos de extensión), el nivel (jerarquía) y la relacionalidad (flujos).
- ³ En este sentido, Knafo (1992: 835) sostiene que *“la invención de un lugar turístico consiste en una nueva lectura del territorio como resultado de un doble movimiento que radica, por un lado, en la subversión de los usos dominantes del lugar a partir de la refuncionalización utilitaria del espacio para la práctica turística y por otro, en la incorporación de nuevos espacios, resultando en una nueva organización territorial”*. Este autor (1996: 70) identifica tres fuentes principales de turistificación de los lugares: 1) los turistas, 2) el mercado y 3) los planificadores y promotores territoriales. En el primero son los turistas los que promueven el lugar con sus desplazamientos y sus prácticas. En el segundo el turismo es activado por el mercado: primero se crea el producto luego se lo ofrece a los turistas. Finalmente, en el tercero el despliegue turístico en un lugar es efectuado a partir de políticas de desarrollo regional y local (Dutra y otros, 2009), (Hernández, 2010: 14).
Por su parte Lanfant (1994), desde una posición sociológica, define la turistificación como el proceso por el cual el turismo es juzgado dentro del marco internacional con criterios económicos y políticos, como un factor de integración global. Desde la perspectiva del geógrafo, Hiernaux (1995) sostiene que este proceso es también muy real, se sabe, que en una primera fase el turismo se extendió hacia nuevas tierras a la manera de los conquistadores. Pero parecería que los límites del mundo “turistificable” empiezan a alcanzarse. Lo anterior no elimina la construcción de nuevos espacios turísticos, la revalorización turística de otros o la expansión de algunos. Asimismo, el autor agrega que el turismo se constituye en una práctica que surgió en el seno de la sociedad capitalista, su despliegue económico apropia símbolos, paisajes, culturas, arte, para el ocio y la recreación de la clase turística.
- ⁴ Almirón et al (2006: 110) sostiene que *“es posible entonces pensar el turismo como una práctica que resignifica el patrimonio a partir de procesos sociales de construcción de atraktividad turística esto es de valorizarlo como atractivo turístico de un lugar; al mismo tiempo en este proceso el propio turismo se resignificaría así mismo en la medida en que basarse en atractivos patrimoniales permite que la práctica se alejen de su imagen de actividad banal o superflua. También, es posible reconocer que a través de la práctica turística, el patrimonio entre en el mercado para ser consumido, pues dicha práctica lo convierte en una mercadería”*.
- ⁵ No obstante, si bien el presente análisis refiere al patrimonio instituido y no aceptado por la sociedad local, cabe aclarar, que en caso de ser aceptado, obtiene una legitimación cultural.

Recibido: 21/08/2013

Reenviado: 28/05/2014

Aceptado: 30/05/2014

Sometido a evaluación por pares anónimos