

Percepción social en la valorización patrimonial y turística actual de los paisajes del oasis Norte, provincia de Mendoza

Social perception in the current heritage and tourist valuation of the landscapes of the Northern oasis, province of Mendoza

Suden, Clarisa

 **Clarisa Suden** csuden@mendoza-conicet.gov.ar
Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Geográfica Digital
Universidad Nacional del Nordeste, Argentina
ISSN-e: 1668-5180
Periodicidad: Semestral
vol. 19, núm. 38, 2022
revista.geografica.digital@gmail.com

Recepción: 21 Octubre 2022
Aprobación: 23 Noviembre 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/615/6153476011/>

DOI: <https://doi.org/10.30972/geo.19386154>

Copyright (c) 2022 Geográfica digital



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial 4.0 Internacional.

Resumen: El paisaje se presenta como una construcción social y es valorizado para distintos fines, entre ellos, patrimoniales y turísticos. En este proceso intervienen la temporalidad y diversos actores sociales con objetivos y perspectivas disímiles, lo cual provoca la selección de algunos paisajes y la marginación de otros, en función de los intereses perseguidos. En el marco de una investigación en la que se aborda la evolución y usos de los paisajes del oasis Norte de Mendoza, el presente artículo busca conocer la visión de la sociedad civil en lo concerniente a la valorización patrimonial y turística de los paisajes de esta área. La metodología sigue un enfoque cuali-cuantitativo; en esta etapa se realizaron encuestas a los residentes. Estos datos fueron cotejados con la información recabada previamente mediante el análisis bibliográfico. Los resultados obtenidos evidencian el amplio reconocimiento, por parte de este grupo social, de los paisajes urbanos, naturales y vitivinícolas.

Palabras clave: Paisaje, Turismo, Patrimonio, Sociedad civil.

Abstract: The landscape is presented as a social construction and is valued for different purposes, including heritage and tourism. This process involves temporality and various social actors with dissimilar objectives and perspectives, which causes the selection of some landscapes and the marginalization of others, depending on the interests pursued. Within the framework of an investigation that addresses the evolution and uses of the landscapes of the North oasis of Mendoza, the present research article seeks to know the vision of civil society regarding the patrimonial and tourist valorization of the landscapes of this area. The methodology follows a quali-quantitative approach; At this stage, surveys were conducted among residents. These data were compared with information previously collected through bibliographic analysis. The results obtained show the wide recognition, by this social group, of urban, natural and wine landscapes.

Keywords: Landscape, Tourism, Heritage, Civil society.

1. Introducción

La comprensión de la valorización patrimonial y turística de los paisajes supone el análisis de procesos sociales y culturales que originan las formas del espacio geográfico. La consideración de variables específicas sumadas a la intervención de distintos actores sociales y a una temporalidad asociada constituyen hitos o momentos que contribuyen a la configuración espacial.

El oasis Norte de la provincia de Mendoza se presenta como un producto cultural originado en tiempos precolombinos. Muchos de sus componentes y paisajes constituyen en la actualidad bienes que han sido legitimados como patrimonio por parte de algunos actores sociales y, a su vez, funcionan como atractivos turísticos. Sin embargo, en ocasiones estas decisiones son desconocidas por otros grupos sociales, como la sociedad civil. En el presente artículo se entiende al paisaje como una construcción social en permanente evolución. A su vez, compuesto por paleopaisajes (Orejas Saco del Valle, 1991), es decir, paisajes relictos o remanentes que han dejado su impronta y han evolucionado a partir de diversos procesos sociales y culturales que han ido modelándolos hasta lograr su configuración actual. En este sentido, algunos paisajes devienen en paisajes culturales patrimonializados (Suden, 2022). En términos de valorización paisajística se destacan el patrimonio y el turismo como esferas interrelacionadas y desde las cuales el paisaje es puesto en valor. Mediante la intervención de distintos actores sociales se produce una selección (y, por lo tanto, una marginación de otros) de paisajes en función de criterios, intereses y objetivos perseguidos.

A partir de lo expuesto se presentan como interrogantes de la investigación: ¿qué paisajes del oasis Norte se valoran para su uso patrimonial y turístico? ¿sobre la base de qué componentes? ¿cuál es la visión de la sociedad civil? Frente a esto, el objetivo de este artículo es conocer la mirada de los residentes del oasis Norte, como parte de los actores sociales partícipes, acerca de la valorización patrimonial y turística de los paisajes.

De este modo, en primer lugar, se presentan aspectos teóricos vinculados con el paisaje y su valorización como patrimonio y atractivo turístico. Posteriormente se exponen las características del área de estudio y el esquema metodológico empleado para, finalmente, adentrarse en los resultados y conclusiones obtenidos.

2. Aspectos teóricos: valorización patrimonial y turística del paisaje

Los paisajes sirven en la práctica turística como elementos identitarios y representativos de la cultura local, tanto como recursos patrimoniales cuya preservación es necesaria. Su interés también se asocia con su apreciación estética y con su valorización como recurso social y económico (Zusman, 2009). De este modo, se construye y presenta como un atractivo turístico esencial para las sociedades emisoras (turistas), y como un valioso componente para las sociedades receptoras o de destino, que lo aprovechan para la obtención de distintos beneficios. Por otro lado, “el paisaje es un recurso importante para la formación ambiental de las personas en general y, en particular, para la educación de la población en edad escolar” (Martínez Navarro y Vázquez Varela, 2008, p. 4). Es también un recurso valorado por sus funciones lúdica y pedagógica.

Desde una perspectiva histórica, los paisajes son reflejos culturales de las sociedades que los elaboran; funcionan como espejos. Existen paisajes que se han convertido en un bien escaso y por ello adquieren el valor de patrimonio, al contener elementos catalogados como tal. Por lo que son avalados por discursos vinculados con su materialidad, singularidad y representatividad, entre otros motivos por los cuales son dignos de preservar y destacar. En relación con esto, muchas veces el paisaje como patrimonio es transformado en atractivo turístico, destinado al desarrollo de diversas modalidades y prácticas turísticas (Ivars Baidal y Vera Rebollo, 2008).

Si bien todos los paisajes tienen un importante componente estético, su apreciación es desigual: algunos actores sociales de las esferas patrimonial y turística ponen en valor atributos excepcionales, mientras que en otros procesos de valorización los discursos se sustentan en la preservación de caracteres cotidianos. Los primeros presentan un mayor interés, y a través de distintos instrumentos de comunicación turística se realiza la difusión. Esto supone que el turismo es un gran creador y transmisor de imágenes turísticas. Sin embargo, estos paisajes turísticos no solo surgen basados en la visión del turista, sino también a partir de las propias sociedades receptoras, quienes, de acuerdo con sus múltiples intereses u objetivos construyen, modifican y/o preservan una determinada disposición de elementos en el espacio, un cierto punto de vista que permite apreciar o disfrutar de un paisaje peculiar (Bertoncello, 2008), generando en definitiva una puesta en escena del paisaje, como la escenografía de la práctica turística.

En el uso/aprovechamiento turístico del paisaje, no todos los componentes que lo integran resultan útiles y adecuados para tal fin, sino que algunos, los más representativos (¿para quiénes?), son seleccionados. En contraposición, hay paisajes marginados que no responden a las tendencias, modas e intereses vigentes y, por lo tanto, no son visibilizados por los actores responsables de la difusión y promoción turística. Así, Ojeda Rivera (2013, p. 53), comparte que “existen distintas percepciones del paisaje, en función de los sujetos que perciben, de sus vinculaciones con el medio percibido y de los contextos desde los que se efectúen las mismas”. Distingue entre percepciones primarias o protopaisajísticas, propias de los habitantes que lo construyen y modifican, que le otorgan significados y simbolizan, y que no implica una valoración estética, sino más bien afectiva. Por otro lado, las percepciones connotativas, que lo valoran, singularizan y mitifican, en otras palabras, lo crean. Por último, existen las percepciones comunes, consistentes en “ver-mirar-admirar el paisaje de todos según unos cánones estéticos comunes o tópicos, que son introducidos por la publicidad o la moda” (Ojeda Rivera, 2013, p. 53). Es decir que el paisaje cumple múltiples funciones según quiénes lo vivan y en qué momento. Su uso o consumo se diversifica y/o transforma permanentemente, pudiendo generarse rispideces entre los distintos actores sociales involucrados, además de una competencia entre los usos de este.

La consideración del paisaje como patrimonio derivó de los estudios y reflexiones referidos a los jardines y parques históricos (Conti, 2009). En las últimas décadas, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1982) ha incluido a los ‘paisajes culturales’

dentro de las categorías pasibles de convertirse en Patrimonio de la Humanidad, incluyendo áreas de cultivo en terraza, jardines, lugares sagrados, entre otros.

Según Conti (2009), la patrimonialización de los paisajes y su transformación en recurso turístico puede generar, en ocasiones, consecuencias tales como reconversiones económicas y procesos de gentrificación, entre otros impactos. Con lo cual se generan conflictos cuando se legitiman bienes que los pobladores locales desconocen absolutamente y solo quedan en la esfera legal, traduciéndose en la escasa valoración que reciben. Quienes llevan a cabo la legitimación de esos bienes, son, justamente, otros actores, dominantes, hegemónicos, que se atribuyen la capacidad de decisión, promoción patrimonial y turística y gestión acorde a sus intereses y beneficios, a la vez que dirigen a los ‘observadores’, tratando de responder a sus demandas y preferencias.

Por su parte, Gutiérrez (2017, p.13) expresa “...el patrimonio lo definen los habitantes, si no hay habitantes que estén referenciados a ese patrimonio, el patrimonio resulta que no es patrimonio”. En este sentido, el patrimonio desde este enfoque es la relación de ciertos elementos culturales y/o naturales con la sociedad, lo que implica una apropiación, una valoración social que se expresa en acciones concretas que permiten construir referencias identitarias durables (Bustos Cara, 2004).

Del mismo modo, el Observatorio de la Sostenibilidad de España (2009) comparte que:

la utilización turística del patrimonio exige: afrontar desafíos culturales, económicos, ambientales y funcionales; desarrollar nuevas visiones y modelos de gestión integral; saber que su utilización tiene límites y no es conveniente si pone en peligro valores esenciales de las comunidades que detentan esos recursos, ya sean culturales o naturales. (p.40)

Respecto de esto último, cabe destacar que la práctica turística utiliza el paisaje, generando en algunas ocasiones repercusiones negativas. Por ello, dicha actividad debe ser útil para reforzar el protagonismo del paisaje como recurso de atracción y contemplación, pero con límites establecidos, que impidan cualquier exceso provocado por una sobrecarga de visitantes u otros impactos asociados. Solo de esta manera, los valores asociados a un paisaje aportarán beneficios a la comunidad local y a toda la sociedad en su conjunto.

3. Materiales y métodos

3.1. Área de estudio

Mendoza se localiza al centro-oeste de la República Argentina. La capital administrativa es Ciudad de Mendoza y es uno de los centros urbanos más importantes del país. La provincia tiene una posición estratégica: tiene una función de encrucijada, ya que está justo en la intersección de las rutas nacionales 40 y 7. Posee el paso cordillerano más importante del país, dado que conecta directamente con el puerto de Valparaíso de Chile. En cuanto a sus características naturales, el relieve es accidentado y diverso, con gran pendiente en sentido oeste-este. Su clima es árido, con precipitaciones estivales y escasas, que varían desde 100 mm de promedio anual en el norte de la provincia hasta 600 mm/año en

la zona de cordillera. Esto produce una disponibilidad limitada y estacional del recurso hídrico. Respecto de la hidrografía, sus ríos poseen régimen nivoglacial (Abraham y Rodríguez Martínez, 2000). La vegetación se caracteriza por ser xerófila, con diferencias según el tipo y altitud del relieve que determina los aportes de humedad que recibe (Abraham y Rodríguez Martínez, 2000).

3.1.1. Las áreas irrigadas: el oasis Norte de Mendoza

Se entiende por oasis a sitios vegetados (Monkhouse, 1978), irrigados, por lo tanto, como creaciones antrópicas. En Mendoza, naturalmente predominan las áreas sin riego. Por ello, en las grandes depresiones se han creado los oasis, a partir de la sistematización del riego y el aprovechamiento del agua de los ríos originados a partir de la fusión nival y glacial. Con lo cual se han establecido núcleos urbanos y zonas de cultivos irrigados. Mendoza presenta tres oasis consolidados: oasis Norte, formado por los ríos Mendoza y Tunuyán Inferior (Figura 1); oasis Centro, organizado a partir del río Tunuyán Superior, y oasis Sur, que tiene su origen en los ríos Diamante y Atuel.

A pesar de su gran importancia, los oasis en la provincia ocupan el 2,5% del territorio provincial si se consideran las superficies regadas con agua superficial, empadronadas y cultivadas (Departamento General de Irrigación, 2016). El oasis Norte (Figura 1) ocupa áreas de los departamentos de Capital, Godoy Cruz, Maipú, Guaymallén, Luján de Cuyo, Las Heras, Rivadavia, Santa Rosa, Junín, San Martín y Lavalle. En términos de urbanización, en su interior contiene el Área Metropolitana de Mendoza [AMM], formada por áreas urbanas conexas de seis de los departamentos mencionados. Esta región constituye el principal núcleo urbano de la Provincia de Mendoza, cuenta con 1.086.066 habitantes y la población representa el 62% del total de la provincia (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INDEC], 2022).

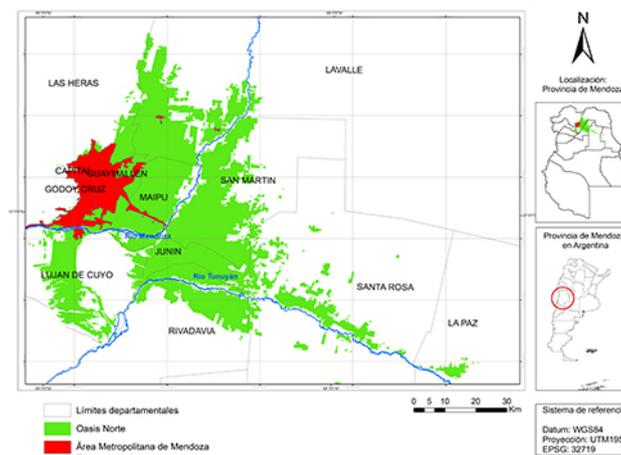


Figura 1.

Localización de oasis Norte en la Provincia de Mendoza, Argentina.

Fuente: Elaboración propia sobre la base del Sistema de Información Ambiental y Territorial 2018.

A nivel rural, los extensos conos aluviales generados por los ríos mencionados han generado fértiles suelos, lo cual unido a obras de aprovechamiento hídrico han permitido el desarrollo de extensos espacios agrícolas, proveedores de

alimentos y materias primas para las agroindustrias. Se destacan en la agricultura el cultivo de vid en primer lugar, frutales, hortalizas y olivos, y las industrias asociadas (bodegas y conserveras, entre otras).

3.2. Metodología

El presente artículo forma parte de un proyecto de investigación en curso. Por lo que el recorrido metodológico, en su etapa exploratoria, consiste en un esquema inductivo/deductivo, en un zigzag que permite combinar aspectos cualitativos y cuantitativos encadenando los resultados de cada etapa (Hernández Sampieri et al., 2014). Partiendo de algunos conceptos básicos que representan el estado de la visión científica, se realizó una aproximación al caso observado por medio de información objetiva general, donde se recurre a datos y trabajos ya desarrollados. Junto a ello, se acudió a información específica objetiva (registro de bienes patrimoniales y marco normativo). Luego, se aplicó un muestreo aleatorio y se realizaron encuestas a la población residente en el oasis Norte de Mendoza. Cabe destacar que dado el contexto de pandemia atravesado durante el año 2020 y 2021, las mismas se realizaron de forma virtual^[i]. La muestra de pobladores del oasis Norte se conformó orientando las características de la investigación, y el requisito para poder responder la encuesta es que fuesen personas que residieran en alguno de los departamentos que conforman el oasis. Finalmente, estos resultados fueron confrontados. Lo expuesto se esquematiza en la Figura 2.

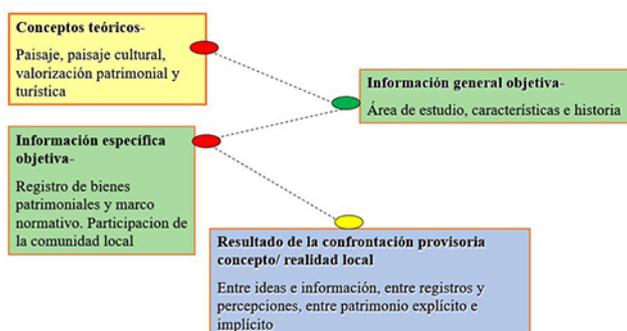


Figura 2.
Recorrido metodológico de la investigación.
Fuente: Elaboración propia.

4. Resultados

4.1. Lugares reconocidos en el oasis Norte

Las encuestas realizadas revelaron que, en el área de estudio, los residentes se sienten representados, mayormente, con los 'espacios verdes' tal como muestra la Figura 3. Los más significativos son el Parque General San Martín y la Plaza Independencia, seguidos del Parque Central, los tres localizados en la Ciudad de Mendoza. Esto demuestra la importancia de la capital mendocina y sus sitios característicos en el imaginario de los individuos que residen, en algunos casos, en lugares relativamente alejados de la Ciudad (hacia el este, a 60 y 70 km,

aproximadamente, considerando que la extensión desde la capital hacia el sureste del área irrigada, en línea recta, es de 140 km).

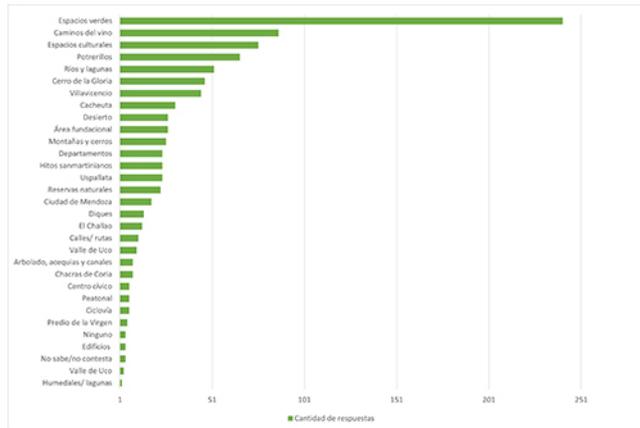


Figura 3.
Sitios mencionados por los residentes en el oasis Norte de Mendoza.
 Fuente: Elaboración propia.

En segundo lugar, se encuentran los ‘caminos del vino’, categoría en la cual las personas refirieron a distintas bodegas de Mendoza, a los paisajes con viñedos, al vino, al Museo Nacional del Vino y, en menor medida, a la Fiesta Nacional de la Vendimia. Otras, destacaron la problemática de la erradicación de viñedos en pos de la urbanización en los últimos años. Se especificaron, en algunos casos, los departamentos reconocidos por el vino. En palabras de una residente: “me siento representada con los caminos del vino/bodegas ubicadas en los departamentos de Maipú y Lujan de Cuyo”. En el mismo rango de respuestas se ubican los ‘espacios culturales’, sitios representativos para los encuestados y entre los cuales predominó el Teatro Independencia y el Museo del Área Fundacional, ambos también localizados en la Ciudad de Mendoza. Por último, ‘Potrerillos’ (destacándose el dique homónimo y su paisaje típico representado en la Figura 4) y ‘ríos y lagunas’ (la mayoría de los encuestados mencionó aquí su identificación con el río Mendoza, cuya cuenca es transversal a todos los departamentos del oasis, y también hizo referencia a lagunas-humedales pertenecientes al sistema de Guanacache), obtuvieron la misma cantidad de menciones que la categoría anterior.



Figura 4.

Dique Potrerillos.

Fuente: Fotografía de la autora.

El ‘Cerro de la Gloria’ y la ‘Reserva Natural Villavicencio’ (Figura 5 y 6) también resultaron significativos para los residentes, mientras que el ‘Predio de la Virgen’ (en Guaymallén), los ‘edificios históricos’^[ii] y los ‘humedales-lagunas’, entre otros, fueron escasamente nombrados. También, en algunos casos, se refirieron al ‘Valle de Uco’, zona que corresponde al oasis Centro de la provincia de Mendoza.



Figura 5.

Cerro de la Gloria, Ciudad.

Fuente: Fotografías de la autora.



Figura 6.

Reserva Natural Villavicencio, Las Heras.

Fuente: Fotografías de la autora.

Es importante resaltar que más del 50% de los encuestados ha visitado los lugares mencionados en la pregunta anterior, mientras que el 38% solo tiene conocimiento de algunos. El 6% restante expresa que no los ha visitado nunca, no obstante, ha escuchado hablar y/o los ha visto en algún medio.

Como complemento, se indagó acerca de la percepción del estado de conservación general en el que se hallan estos sitios o lugares, a lo que prácticamente la mitad de las personas respondió que se encuentran 'medianamente conservados'. Un dato no menor es que el 39% indicó que esos lugares están en excelente estado, mientras que solo un 2% expresó que su grado de deterioro es avanzado. Por último, en lo concerniente a la participación estatal en el mantenimiento de estos espacios, más de la mitad de los encuestados (58%) respondió que 'interviene poco', mientras que el 25% de las personas indicaron que su participación es activa. Solo un 3% negó la intervención estatal.

4.2. Las valoraciones de la sociedad civil ante la promoción turística de los lugares y paisajes del oasis Norte

Una manera de reforzar la elección de sitios hecha por los encuestados fue preguntarles cuáles promocionarían para su aprovechamiento turístico. La Figura 7 los presenta de manera detallada, y tal como se puede apreciar, se destacan visiblemente el Parque San Martín, Potrerillos, el Cerro de La Gloria y Villavicencio. En estas elecciones, subyace la admiración por marcos paisajísticos verdes y vistas panorámicas. En forma generalizada, bodegas y plazas son sitios muy valorados, fundamentalmente la Plaza Independencia, y en menor medida, sus cuatro plazas satélites. Por su parte, en menor medida se señalan lugares de montaña (Cacheuta, Aconcagua) o el desierto lavallino y el área fundacional. El resto de los lugares que los residentes seleccionarían para promocionar turísticamente al oasis Norte son, paradójicamente, lugares naturales (ríos, lagunas, cerros y reservas naturales) que no se encuentran en áreas bajo riego. También sitios culturales que sí se encuentran dentro de la zona irrigada (área fundacional, sitios religiosos, museos, monumentos y espacios culturales, entre otros). Un aspecto que llama la atención es que la 'ciclovía', preponderante en

algunos departamentos, en la escala del oasis pasa más desapercibida (o es menos reconocida) por la población.

En algunas ocasiones, además, se hizo referencia a las ‘calles arboladas’, con frases como: ‘promocionaría los carriles con sus grandes arboledas’ o ‘las rutas con sus viñas y rodeadas de árboles’. También se aludió a los paisajes. Al respecto, una residente compartió: ‘haría gran hincapié en las rutas del vino y mostraría los grandes paisajes con el oasis del norte. También promocionaría un poco de la historia de Mendoza desde la Capital’. En palabras de otro encuestado: ‘mostraría los paisajes autóctonos’.

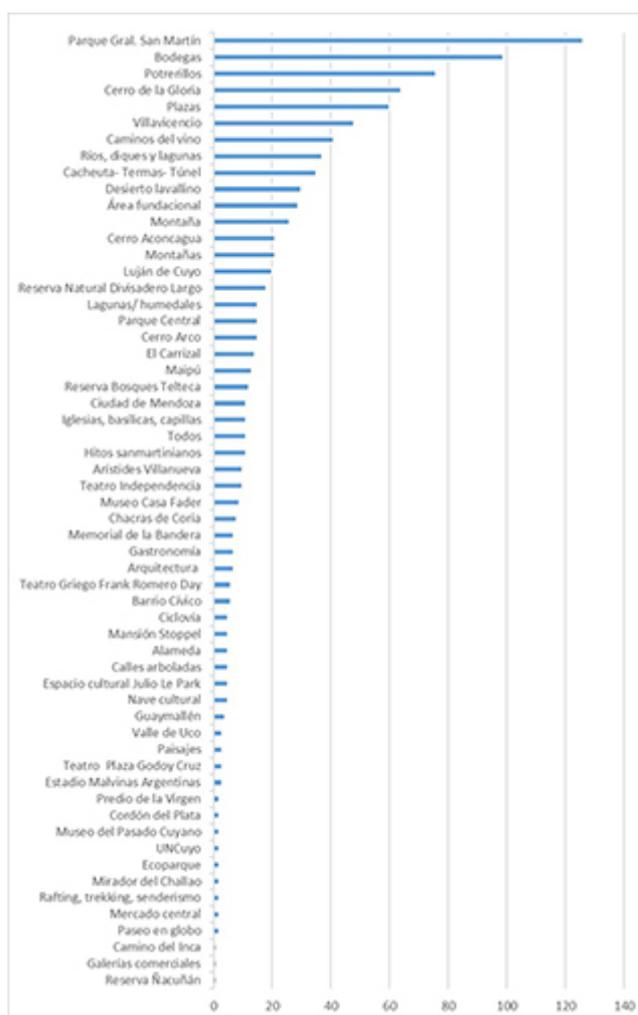


Figura 7.

Lugares que la sociedad civil valora para la promoción turística, en el oasis Norte.

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a los motivos por los cuales los residentes valorizarían esos lugares para la actividad turística, muchos de ellos respondieron que ‘representan a Mendoza y su gente’; ‘son la esencia de Mendoza’; ‘permiten ver los contrastes oasis-desierto’; ‘son pintorescos y necesitan más difusión’; ‘por su valor arquitectónico’. Otros aludieron a la ‘belleza de los diversos y ricos paisajes mendocinos’. Algunos se explayaron un poco más en su contestación (Tabla 1).

Tabla 1.
Comentarios que fundamentan la valoración turística de los encuestados.

"Porque los frecuento y conozco mucho. Además, me gustan esos sitios y quisiera compartirlos con la gente que viene de visita.
"Cacheuta: porque hay montaña, agua, construcción de época, las termas"
"Porque considero que son muy interesantes, ya que son lugares con cultura, contienen mucha historia de nuestra Tierra, presentan paisajes atractivos y en algunos se puede interactuar o apreciar los usos y costumbres de la población local".
"Aparte de ser lugares ricos en nuestra cultura e historia, son parte de nuestra vida y significan mucho para nosotros".
"Creo que son lugares que no están lo suficientemente visibilizados, y tienen mucho valor"
"Las bodegas ya son un producto turístico, por eso, los locales de artículos regionales los elegiría para ayudar (económicamente) e incluir a los emprendedores locales".
"Centro de Mendoza: plazas, monumentos, basílicas, calles, arboledas, todo limpio y ordenado (en general). Amo la vida mendocina en el centro una tardecita de primavera"
"Porque pienso que representan una buena variedad de los atractivos que ofrece la provincia en relación con los distintos tipos de turistas, saliendo del enfoque único del turismo de bodegas".
"Porque el Parque San Martín es uno de los atractivos más importantes de nuestra provincia. Porque en Mendoza Plaza Shopping se puede hacer turismo urbano de compras. Porque las bodegas deberían ser más reconocidas, ya que cuentan con una maravillosa infraestructura".
"El Challao, por la vista de la Ciudad de Mendoza, lo árido del paisaje y el contraste con el parque San Martín. Es donde uno ve que el oasis es obra del hombre".

Fuente: Elaboración propia.

En estas palabras y, en general, en la mayoría de las respuestas, sobresale el significado cultural e histórico de los sitios mencionados, la belleza, los contrastes paisajísticos, la representatividad y emblema que suponen para Mendoza, el potencial turístico que tienen estos lugares, tanto como la importancia de visibilizar otros sitios o atractivos, además de la vitivinicultura y la montaña. Asimismo, en cuanto a la percepción social acerca del uso o función turística que tienen las localidades, distritos o departamentos de residencia de los encuestados, más del 60% señaló que vive en un lugar con valor y/o uso turístico; un 31% dijo ver turistas frecuentemente, mientras que el 22% comentó que casi nunca los ve en su lugar de residencia.

También se interrogó a los encuestados acerca del conocimiento que tienen de los lugares que, en general, visitan los turistas en Mendoza. La mayoría refirió a los caminos del vino, destacando las bodegas y viñedos. En segundo lugar, aunque con muchas menos respuestas que la anterior, mencionaron la montaña, en algunos casos especificaron la Alta Montaña. A continuación, aludieron a sitios naturales (Potrerillos, Cacheuta, Cerro Aconcagua) y culturales (museos y teatros y Ciudad de Mendoza, entre otros). El resto de los lugares señalados aparecieron en menor porcentaje y son extremadamente diversos, algunos muy

generales y otros fuera del área de estudio (sur de Mendoza, Cañón del Atuel, Manzano Histórico) (Figura 8).

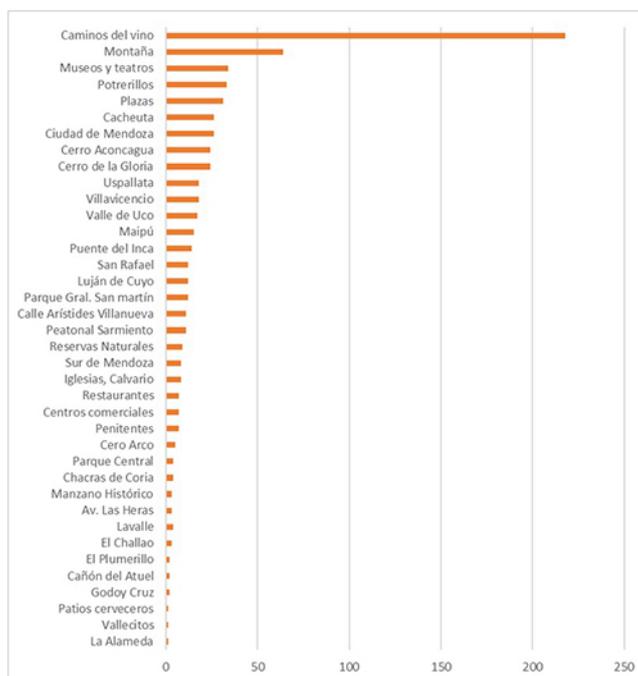


Figura 8.

Lugares que visitan los turistas según los encuestados.

Fuente: Elaboración propia.

En síntesis, fuera de las bodegas y viñedos (caminos del vino) que se presentan, según los encuestados, como los sitios que más visitan o prefieren los turistas, hay una cierta equidad entre lugares naturales y sitios culturales mencionados. Cabe destacar que, por ejemplo, las personas que resaltaron ‘Lavalle’ se refirieron al desierto, y las que aludieron a ‘centros comerciales’, mayormente señalaron el Mendoza Plaza Shopping, en Guaymallén. Del mismo modo, aquellos que eligieron ‘Maipú’ y ‘Luján de Cuyo’, aclararon la importancia de las bodegas.

En consonancia con lo anterior, con respecto a las actividades que realizan los turistas cuando visitan Mendoza, la mayoría indicó aquellas vinculadas con la naturaleza, precisamente el turismo de montaña y aventura (trekking, senderismo, caminatas, cabalgatas, rafting, ciclismo, entre otros), seguido del enoturismo (cata de vinos, recorridos por bodegas, compras) y las actividades gastronómicas (visita a restaurantes, degustaciones). Por último, mencionaron, en menor medida, el turismo urbano, mientras que otros encuestados contestaron generalidades como ‘realizan excursiones’, ‘visitas’ y ‘tours’.

4.3. Paisajes visibilizados e invisibilizados para el turismo según la mirada de los residentes del oasis Norte

A fin de conocer la percepción acerca de los paisajes del oasis Norte y su uso turístico, seguidamente se procedió a preguntarles a los residentes cuáles seleccionarían (o visibilizarían), en caso de ser turistas ellos mismos, para que fueran puestos en valor turístico y, por el contrario, cuales marginarían o no

considerarían al efecto, explicando también los motivos de su elección para ambos casos.

Así, la mayoría de las contestaciones (Figura 9) se vinculó nuevamente con los espacios verdes (representados por el Parque Gral. San Martín y, en menor medida, la Plaza Independencia), la montaña y los caminos del vino. Respecto del parque, la mayoría de las respuestas refirieron a los portones por su emblema y representatividad; constituyen una imagen típica de la ciudad, ampliamente difundida. Estas respuestas fueron avizoradas anteriormente, es decir, coinciden con tales percepciones. En palabras de un encuestado: “haría un collage en el cual se advierta la diversidad de colores, resaltando el otoño”.

Al elegir las montañas, los residentes destacaron su belleza, la tranquilidad que transmiten, la representatividad que suponen, su reconocimiento mundial y la multiplicidad de actividades que permiten realizar. En diversos comentarios resurgen las montañas con los viñedos como un binomio único, en frases como: ‘paisajes con viñedos y fondo de montaña’; ‘viñas enmarcadas por la montaña’; ‘una viña en otoño de Vistalba con el fondo de las montañas nevadas’; ‘las montañas y los viñedos son reconocidos internacionalmente’. A ello se le añade el recurso hídrico que acompaña estos paisajes; en palabras de algunos encuestados: ‘promocionaría paisajes de montaña junto a espacios de agua, como en Luján de Cuyo’; ‘utilizaría montañas, viñedos y ríos’; ‘el río con las montañas de fondo, porque el paisaje natural atrae turistas’; ‘las montañas, la fauna y flora, por su imponente vegetación y magnificencia única’; ‘la montaña y el contraste con la ciudad, por su belleza escénica’, entre otras similares.

Estas expresiones de los mendocinos evidencian la vista típica y predominante que tienen al observar un paisaje local, tanto como el significado otorgado a los elementos naturales y culturales que los componen. En cuanto al paisaje vitivinícola representado por los ‘caminos del vino’, se definió esta categoría ya que las respuestas mencionaron conjuntamente los viñedos y las bodegas, en frases como las siguientes: ‘los elegiría por un motivo cultural y para que los turistas puedan vivir la experiencia’; ‘considero que estos lugares se encuentran en buen estado, y fotografiados son imágenes emblemáticas y típicas representaciones de la provincia, lo que llevaría a una oferta turística exitosa’; ‘promocionaría un collage de calles en otoño, bodegas, viñedos y Fiesta Nacional de la Vendimia en marzo’; ‘el paisaje de bodegas creo que es lo que mejor nos representa, aunque se podría trabajar en otros atractivos para mejorar su accesibilidad, servicios e infraestructura’; ‘es importante mostrar la arquitectura de bodegas y las montañas’; ‘porque son muy singulares en la Argentina, de gran belleza y nos diferencian del resto de las provincias’. Cabe destacar que estos paisajes vitivinícolas se pueden encontrar íntegramente en el oasis Norte. Esta aclaración se realiza ya que en cuarto lugar los encuestados señalaron el ‘Dique Potrerillos’, que, si bien se halla en la zona seca del departamento de Luján de Cuyo, resulta muy significativo para la comunidad mendocina y por ello lo elegirían para darlo a conocer a potenciales turistas.

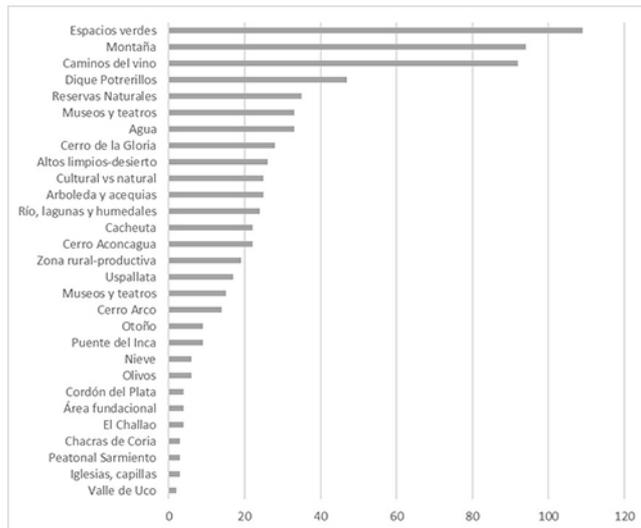


Figura 9.

Paisajes que los residentes seleccionarían (o visibilizarían) para su puesta en valor turístico.

Fuente: Elaboración propia.

El resto de los paisajes fueron elegidos por los mendocinos en menor medida. No obstante, cabe resaltar aquellos relacionados con el agua, donde los residentes aludieron a la cultura hídrica y la importancia de los Huarpes. En algunos casos se refirió al agua y su contraste con el desierto. Este último está representado por los Altos limpios, es decir, las dunas/desierto del departamento de Lavalle. En relación con esto, algunas personas refirieron a promocionar lo ‘cultural vs. Natural’. Por otro lado, el paisaje compuesto por ‘arboleda y acequias’ también recibió muchas menciones. Otras señalaron la importancia de visualizar la ‘zona rural-productiva’ del oasis, destacando el valor del cinturón verde en zonas de Guaymallén. En ese marco también se habló de los trabajadores rurales, del mercado central y de los cultivos como aspectos singulares para promocionar turísticamente. Lo mencionado se espacializa en la Figura 10.

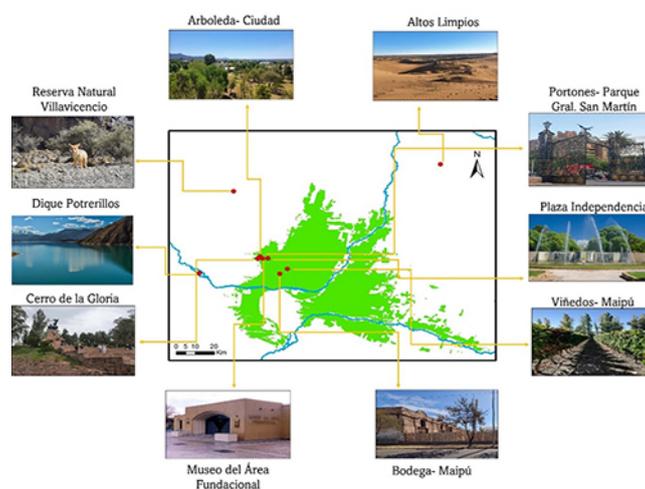


Figura 10.

Algunos de los paisajes más valorados por los residentes del oasis Norte.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los paisajes que marginarían o no visibilizarían, cabe destacar que los residentes refirieron a denominaciones generales, sin especificar la ubicación precisa en que se encuentran. En primer lugar y tal como muestra la Figura 11, aparecen aquellos asociados a lo urbano y a las ciudades, precisamente la Ciudad de Mendoza. Entre los motivos, las personas indicaron la repetencia de estos sitios en todo destino turístico, es decir, la carencia de particularidad o singularidad. En palabras de una encuestada: ‘porque a pesar de que la ciudad tiene mucho para mostrar con sus veredas, acequias y el arbolado público, sigue siendo una ciudad’. Algunas personas se refirieron a la presencia de ‘fachadas irreales’, es decir, transformadas y adaptadas para el turismo, o al exceso de centros comerciales. Por el contrario, otros aludieron a la escasa oferta de comercio en el microcentro.

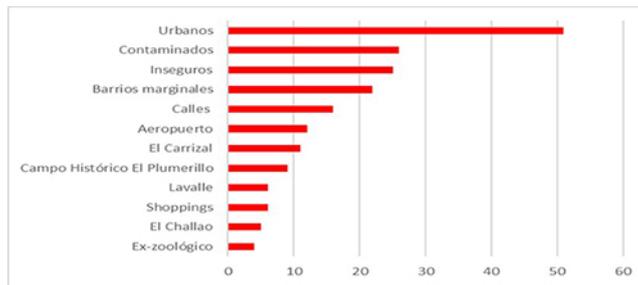


Figura 11.

Paisajes que los residentes marginarían o no visibilizarían para su puesta en valor turístico.

Fuente: Elaboración propia.

Luego, se refirieron a paisajes contaminados, inseguros y barrios marginales. En este sentido, por ejemplo, la mayoría de los encuestados mencionó la presencia de residuos causados por la sociedad y las industrias en los distintos departamentos del oasis que, según lo expresado, ‘le resta estética’. Sin embargo, algunas personas no especificaron el porqué de su exclusión. Otras, señalaron zonas aledañas al Aeropuerto el Plumerillo, áreas alejadas del microcentro de la Ciudad, el autódromo y áreas vandalizadas (espacios públicos) como sitios que causan inseguridad. En muchas ocasiones se comentó que evitarían visibilizar barrios marginales, populares y/o carenciados, ya que ‘generan rechazo y miedo’, ‘por la mala imagen que crean’ y ‘porque no son atractivos para el turismo’.

Por su parte, en cuanto a las ‘calles’, muchas respuestas indicaron que evitarían dar a conocer las calles de Mendoza por el ‘pésimo estado en el que se encuentran’, ‘por las roturas’, ‘porque muchas están cortadas’. En ciertos casos se mencionó nuevamente el Aeropuerto El Plumerillo y sus áreas aledañas, por la presencia de plantas de tratamiento de residuos y fábricas que crean una imagen negativa del destino.

Con relación al Campo Histórico El Plumerillo, hito sanmartiniano puntualizado en algunas contestaciones, el motivo principal explicado es el deterioro, el vandalismo y la falta de mantenimiento. En la Figura 11 se colocó específicamente el nombre de este sitio sanmartiniano, dado que todas las respuestas aludieron a este de forma explícita. Un último aspecto para destacar es que algunos encuestados señalaron a los ‘shoppings’ como postales que no promocionarían, porque ‘pueden verse en cualquier lugar del mundo’. Por su

parte, algunas personas mencionaron el embalse El Carrizal, localizado en la cuenca del río Tunuyán.

A modo de síntesis, las Figuras 12 y 13 exponen, en orden de importancia, los paisajes y sus principales componentes más y menos valorados por la población del oasis Norte. Respecto de los primeros, los espacios verdes, liderados por el Parque Gral. San Martín, fueron los más reconocidos en las encuestas, tanto como símbolo de su identidad mendocina, como por ser un atractivo que no dejarían de promocionar para su aprovechamiento turístico. A continuación, se encuentran los paisajes naturales, con predominancia de la montaña, y asociada esta última a Potrerillos, Cacheuta y la Alta Montaña (Uspallata, Penitentes, Puente de Inca, etc.). En tercer lugar, se ubican los paisajes vitivinícolas representados por lo que los residentes del oasis llaman ‘camino del vino’, que comprenden los viñedos y bodegas enmarcados por las montañas y las actividades enológicas vinculadas.



Figura 12.

Paisajes más valorados por los residentes en el oasis Norte para su aprovechamiento turístico (en orden de importancia).

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los paisajes marginados por la población local, se hallan primeramente los paisajes culturales urbanos (con funciones predominantemente comerciales y administrativas), puntualmente la Ciudad de Mendoza y los centros comerciales y shoppings, seguidos de aquellos paisajes ‘contaminados’, descripción con la que los residentes refieren con mayor frecuencia a la presencia de basura en las ciudades y calles, lo cual, en su opinión, resta estética al paisaje y lo degrada. Por último, se encuentran los paisajes ‘inseguros’ que, si bien son más generalizados y en algunos casos las personas no especificaron cuáles, sí se refirieron en reiteradas ocasiones a los espacios públicos vandalizados y calles deterioradas.



Figura 13.

Paisajes menos valorados por los residentes en el oasis Norte para su aprovechamiento turístico.

Fuente: Elaboración propia.

4.4. (Re)conociendo sitios patrimonializados por los actores gubernamentales

La encuesta finalizó con un apartado especial en el que los encuestados, a partir de una colección de fotografías de sitios diversos del oasis Norte (Figura 14), otorgaron un valor según su reconocimiento como patrimonio. Estos fueron: el Hipódromo de Mendoza en Godoy Cruz (Figura 14-a), el Parque General San Martín en Ciudad (Figura 14-b), el Solar histórico Molino Orfila en Junín (Figura 14-c), los Chalés de Giol y Gargantini en Maipú (Figura 14-d), la Capilla Nuestra Señora del Rosario en Lavalle (Figura 14-e), y la Bodega Los Toneles en Guaymallén (Figura 14-f). Cabe aclarar que estos sitios son también valorizados para el turismo y forman parte de las postales turísticas de la provincia que se difunden o promocionan desde el sector público.

Concretamente se preguntó qué valor (histórico, cultural, arquitectónico, etc.) tienen estas obras o sitios, dando un rango del 1 al 5, donde 1 es el más importante. De este modo, el Parque Gral. San Martín, para el 72% de los residentes del oasis tiene valor 1, es decir, resulta muy significativo e importante. Con lo cual se vislumbra la gran relevancia en términos de identidad y representatividad de los mendocinos, dada por este espacio verde ubicado en la Ciudad y con influencia en una escala mucho mayor. Por otra parte, el Solar Histórico Molino Orfila, hito sanmartiniano, posee una importancia media para la comunidad, ya que la mayoría le asignó el valor 3.

Los Chalés de Giol y Gargantini tienen un valor relativamente importante para los residentes del oasis Norte, porque una cantidad considerable (27 y 26%) le colocó valores de 2 y 3, respectivamente. La Capilla Nuestra Señora del Rosario obtuvo el mismo número de respuestas para los valores 1, 2 y 3. Por lo tanto, puede afirmarse que es significativa para los mendocinos. La Bodega Los Toneles recibió por parte del 30% de los encuestados un valor intermedio de 3. Esto demuestra su relativa importancia para las personas encuestadas. Por último, en el caso del Hipódromo, la mayoría de los habitantes (31%) le colocó un valor 5, por lo que para ellos tiene muy poca relevancia.

Frente a las fotos, un 41% de personas se encuentran ‘muy identificados’ con estos espacios, pero casi la mitad de los residentes (49%) contestó que se siente ‘medianamente identificado’ con esos lugares. En cambio, solamente un 1% negó su importancia al comentar que ‘no lo representan’. Otro aspecto interesante está referido al conocimiento que tienen sobre que esos paisajes y lugares han sido declarados patrimonio cultural por parte de la Dirección de Patrimonio y Museos de la provincia. Más del 70% contestó que desconocía este aspecto, en un 70% atribuyendo ese desconocimiento a ‘falta de difusión y/o promoción’; mientras que un 22% respondió que es por el ‘estado de deterioro y/o falta de estrategias de refuncionalización’.



Figura 14.

Lugares legitimados como patrimonio y considerados en la encuesta.

Fuente: www.huellascuyanas.blogspot.com.ar

A partir de lo expuesto, se deja entrever que las decisiones de los actores gubernamentales no son consultadas ni dadas a conocer a la sociedad civil que, como ha expresado en las respuestas, posee otra percepción sobre lo patrimonial en términos de preferencias, identidad y representatividad como mendocinos. Finalmente, se solicitó opinión sobre iniciativas o propuestas provenientes de los encuestados para poner en valor o destacar aún más estos lugares y/o paisajes naturales y culturales del oasis. Muchas personas plantearon realizar una mayor difusión, tanto en redes sociales, como en colegios, implementando también visitas educativas obligatorias para su reconocimiento, así como realizar

campañas de concientización en televisión, folletería, etc. Mientras que en algunos casos no especificaron cómo. En palabras de algunos residentes: ‘invitaría a los mendocinos a conocer estos lugares con llamativas propuestas culturales’; ‘haría una campaña publicitaria para fomentar la conciencia, el cuidado y la empatía acerca del patrimonio natural, cultural e histórico de Mendoza, además invertiría mayor recurso económico para la mantención y reparación de estos’; ‘les daría más difusión, trataría de mantenerlos adecuadamente y les propondría atención turística con más personal para hacer guías y atraer a locales y turistas’.

Con respecto a la educación, una encuestada comparte: ‘desarrollaría proyectos en terciarios y universidades para que los alumnos puedan utilizar su creatividad en potenciar sus patrimonios’. Otro residente, expresa: ‘propongo educación para incorporar/desarrollar contenidos en los programas escolares e incluir visita a esos sitios’. Otra persona, señala: ‘propongo un trabajo conjunto entre Patrimonio - Investigadores – Municipios para identificar el valor de cada sitio, recuperación o conservación de este y organizar contenidos para el ciudadano común (ej. visita autoguiada) y ofrecerlo como paquete turístico’. Otro integrante de la muestra expresa: ‘propongo invitar a los colegios a llevar a sus alumnos de paseo allí y brindarles una charla cultural e histórica al respecto’. Además, según los residentes, la mencionada difusión debe ir acompañada de promoción e inversión para su puesta en valor y el mantenimiento adecuado.

En estos enunciados sobresalen, por un lado, la necesidad de financiamiento e inversión para la puesta en valor de estos sitios, junto al mantenimiento periódico, ya que también se destaca la escasa infraestructura en algunos. Por otra parte, y no menos relevante, en las respuestas se hace hincapié en el fomento del turismo interno y la importancia de que las propuestas lleguen e involucren a la comunidad local que, en muchas ocasiones desconoce lugares de su entorno (localidad, distrito, departamento), que funcionan como atractivos turísticos y son muy reconocidos por otros sectores/actores.

A su vez, muchos residentes plantearon iniciativas propiamente turísticas para revalorizar estos lugares, principalmente la idea de incluirlos en los circuitos existentes o bien crear algunos nuevos. En palabras de algunas personas: ‘otra de las propuestas debería ser la inclusión de estos sitios patrimoniales dentro de circuitos turísticos más complejos para que no queden como elementos aislados dentro de la lógica turística, educativa y cultural de Mendoza’; ‘propongo un circuito turístico tipo city tour puntualmente de patrimonio, o algo así’, ‘se necesita integrar lugares turísticos fuera del AMM’; ‘promover no solo el turismo externo sino también interno’.

5. Conclusiones

Las encuestas revelaron que los lugares y/o paisajes más valorados en términos patrimoniales, es decir relacionados con su identidad y representatividad, son los espacios verdes, liderados por el Parque Gral. San Martín. Estos forman parte de los paisajes culturales urbanos con función predominantemente recreativa, de esparcimiento y ocio. Por el contrario, lo puramente ‘urbano’, cuyas funciones principales son comerciales y administrativas, es parte de sitios que la población local no identificó en este sentido y, además, en cuanto a la promoción turística indicó que evitaría mostrarlos debido a su falta de singularidad. En segundo

lugar, los residentes aludieron a los paisajes culturales vitivinícolas, destacando la importancia de los viñedos y bodegas en la configuración de su paisaje local.

Para su valorización turística, la población del oasis Norte elegiría también los paisajes culturales urbanos (puntualmente los espacios verdes), luego los paisajes naturales ligados con la montaña, las reservas naturales y el desierto, y, en tercer lugar, los paisajes culturales vitivinícolas con todos sus componentes tangibles e intangibles. En contraposición, marginaría aquellos sitios netamente urbanizados (ciudades y centros comerciales), 'contaminados' e inseguros que, en su opinión, generan rechazo y miedo por parte de potenciales turistas.

Asimismo, es importante mencionar que más de la mitad de los encuestados piensan que el desconocimiento de aquellos sitios y/o objetos legitimados como patrimonio por parte del Estado es debido a la falta de difusión y/o promoción. Esto lleva a reflexionar sobre el rol de la sociedad civil en la toma de decisiones desde el ámbito público; es decir, la comunidad local, en la gran mayoría de los casos, es marginada por estos actores hegemónicos (gubernamentales) en los procesos de patrimonialización y puesta en valor turística.

Finalmente, en relación con lo expuesto y retomando los aspectos teóricos planteados al comienzo del manuscrito acerca de la puesta en valor de los paisajes como patrimonio y atractivo turístico y los distintos grupos sociales implicados, se considera necesaria la articulación de estos últimos y el trabajo intersectorial. Solo de esta manera podrán materializarse beneficios (sociales, culturales, económicos, etc.) que conduzcan al logro de un desarrollo local e integral.

Referencias bibliográficas

- Abraham, E. y Rodríguez Martínez, F. (2000). Prólogo. En *Catálogo de recursos humanos e información relacionada con la temática ambiental en la región andina argentina*. Junta de Gobierno de Andalucía, España. Universidades y Centros de Investigación de la Región Andina Argentina. <https://www.mendoza-conicet.gob.ar/ladyot/catalogo/cdandes/cap01.htm>
- Bertoncello, R. (Comp.). (2008). *Turismo y geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. CICCUS. <https://www.scielo.org.mx/pdf/polis/v7n1/v7n1a7.pdf>
- Bustos Cara, R. (2004). Patrimonialización de valores territoriales: turismo, sistemas productivos y desarrollo local. *Aportes y transferencias*, 8(2), 11-24.
- Conti, A. (2009). Nuevas categorías patrimoniales: del monumento histórico al territorio. En F. París Benito y A. Novacovsky (Comps.), *Textos de cátedra Maestría en Gestión e Intervención del Patrimonio Arquitectónico y Urbano IV* (pp. 127-139). Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Departamento General de Irrigación. (2016). *Recursos hídricos de Mendoza en su contexto regional*. https://aquabook.irrigacion.gov.ar/385_0
- Gutiérrez, R. (2017). Repensando el patrimonio desde América Latina. En A. Novacovsky y F. París (Comp.), *Textos de Cátedra V, Maestría en Gestión e Intervención del Patrimonio Arquitectónico y Urbano* (pp. 9-25). Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). El reporte de resultados del proceso cualitativo. En *Metodología de la investigación* (6a ed.) (pp. 508-529). McGraw Hill.

- Huellas Cuyanas. (2020). *Senderismo y rincones*. <https://huellascuyanas.blogspot.com/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Provincia de Mendoza. Población total*. <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-CensoProvincia-999-999-50-000-2010>
- Ivars Baidal, J. y Vera Rebollo, J. (2008). *Espacios turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad*. Universidad de Alicante, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. <http://hdl.handle.net/10045/12501>
- Martínez Navarro, J. M. y Vázquez Varela, C. (2008). Paisaje cultural y desarrollo socioeconómico en un área desfavorecida: consideraciones éticas y estratégicas para un proyecto de musealización en el valle del río Cabriel. *Scripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XII(270). <https://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-86.htm>
- Monkhouse, F. J. (1978). *Diccionario de términos geográficos*. OIKOS-TAU.
- Observatorio de la Sostenibilidad en España. (2009). *Patrimonio Natural, Cultural y Paisajístico. Claves para la Sostenibilidad Territorial*. https://oibc.oci.es/uploads/attachments/88/Patrimonio_Cultural_y_Paisaj%C3%ADstico_claves_para_la_sostenibilidad_territorial.pdf
- Ojeda Rivera, J. (2013). Lectura transdisciplinar de paisajes cotidianos, hacia una valoración patrimonial. Método de aproximación. *Revista INVI*, 28(78), 27-75. <https://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/62563>
- Orejas Saco del Valle, A. (1991). Arqueología del paisaje. Historia, problemas y perspectivas. *Archivo Español de Arqueología*, 64(163-164), 191-230. <http://hdl.handle.net/10261/17328>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1982). *Conferencia mundial sobre las políticas culturales*, México.
- Suden, C. (2022). Paisaje cultural patrimonializado: conceptos y aportes sobre la base de tres casos de estudio. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(2), 435-452. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.031>
- Zusman, P. (2009). El paisaje: la razón y la emoción al servicio de la práctica turística. En R. Bertonecello (comp.), *Turismo y geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina* (pp. 199- 219). CICCUS.

Notas

[i] Para aproximarse a la cantidad de encuestas necesaria, se procedió a calcular el tamaño de la muestra a través de aplicaciones tales como QuestionPro y SurveyMonkey. En ellas se determinó un 95% de nivel de confianza, y el restante 5% configuró el margen de error. El total poblacional en el oasis es de 1.394.733 habitantes (INDEC, 2022), por lo que el tamaño de la muestra resultante fue de 384 encuestas, realizándose finalmente un total de 468 cuestionarios.

[ii] Esta categoría surge a partir de los comentarios de las personas, en los cuales aparecían frases como “edificios antiguos”, “construcciones añosas” y “casas de época”.