

Becario doctoral del CONICET
 Docente del Departamento de Geografía y Turismo
 Universidad Nacional del Sur
 Argentina
 Estudiante avanzado (tesis en evaluación)
 Magister en Gestión en el Patrimonio Arquitectónico y Urbano
 Universidad Nacional de Mar del Plata
 Licenciado en Turismo
 andres.pinassi@uns.edu.ar

PATRICIA SUSANA ERCOLANI
 Doctora en Geografía
 Universidad de las Islas Baleares-Universidad Nacional
 del Sur
 Licenciada en Geografía
 Universidad Nacional del Sur
 Investigadora, docente y Vicedecana
 Departamento de Geografía y Turismo
 Universidad Nacional del Sur Bahía Blanca, Argentina
 Directora científica de la Especialización en
 Turismo Rural y Comunitario
 Universidad Nacional del Sur Bahía Blanca, Argentina
 ercolani@uns.edu.ar



TURISMO CULTURAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE BAHÍA BLANCA (ARGENTINA). ANÁLISIS Y PROPUESTAS PARA SU DESARROLLO TURÍSTICO- RECREATIVO

CULTURAL TOURISM IN THE BAHÍA BLANCA'S HISTORIC CENTER (ARGENTINA). ANALYSIS AND PROPOSALS FOR THEIR TOURIST- RECREATIONAL DEVELOPMENT¹

¹ El presente trabajo forma parte del Proyecto General de Investigación: "Turismo y desarrollo: nuevos escenarios en la gestión integral de destinos turísticos en el Sudoeste bonaerense. Parte II" (24/G060), que se lleva a cabo en el Departamento de Geografía y Turismo, de la Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca, Argentina).

Fecha de recepción: 25 de abril de 2012.

Fecha de modificación: 28 de mayo de 2012.

Fecha de aceptación: 07 de junio de 2012.

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un análisis de los componentes del patrimonio cultural, susceptibles de aprovechamiento turístico-recreativo en el centro histórico bahiense, a la vez de contribuir a su desarrollo a partir de una serie de propuestas, que configuren y consoliden una nueva oferta de actividades y servicios, orientada a visitantes y residentes de la ciudad.

Para ello, se aborda una investigación descriptiva y explicativa, utilizando técnicas de recolección de datos cualitativos, para el desarrollo del relevamiento en el terreno.

En este contexto, se obtiene una caracterización y clasificación, a partir de diferentes parámetros, de los bienes culturales, materiales e inmateriales, albergados en el casco histórico de la ciudad, a fin de dejar planteado un conjunto de lineamientos propositivos, desde el punto de vista del turismo cultural y la recreación, que contribuyan a la dinamización del sector y del centro urbano en su conjunto.

Palabras clave: Turismo Cultural, Patrimonio cultural, Centro histórico, Bahía Blanca.

Abstract

This paper studies the components of cultural heritage that may be used by recreational tourists in the Bahía Blanca's historic center, while contributing to the development of proposals that consolidate and configure a new range of activities and services aimed at visitors and residents of the city.

The article offers a descriptive and explanatory analysis, using techniques of qualitative data collection for the development of the survey in the field.

We obtain the characterization and classification based on different parameters of cultural property, tangible or intangible, from the historic center of the city. We propose a set of guidelines from the cultural tourism and recreation point of view in order to contribute to the revitalization of the sector and the city center as a whole.

Keywords: Cultural Tourism, Cultural Heritage, Historic Center, Bahía Blanca.

Introducción

La ciudad de Bahía Blanca, localizada en el sudoeste bonaerense (Argentina), presenta una diversidad de componentes culturales en su espacio urbano, de significancia histórica para la sociedad local. Dicho conjunto se encuentra representado por bienes de carácter material e inmaterial, asociados a su evolución como pueblo.

Su centro histórico representa el núcleo de gestación del territorio local, a partir del cual se organiza la trama urbana. La fortaleza que da origen a la actual ciudad funcionó como punto de avanzada en la “conquista del desierto”. Si bien actualmente no quedan vestigios de ella, se han erigido, sobre finales del siglo XIX y principios del XX, representantes arquitectónicos que otorgan un nuevo valor al sector bajo estudio. Hoy en día, gran parte de ellos han sido legitimados como patrimonio cultural, en diferentes ámbitos jurisdiccionales.

En este contexto, dicho conjunto patrimonial representa una fortaleza para el desarrollo del turismo cultural a escala municipal, como actividad revitalizadora del propio sitio histórico y de la ciudad.

Como se manifestó al inicio, el objetivo de la presente investigación es analizar los componentes patrimoniales construidos e inmateriales, asociados al centro histórico de Bahía Blanca, a fin de determinar una caracterización general de la oferta de atractivos turístico-recreativos y, a partir de ello, realizar una serie de propuestas que contribuyan al desarrollo del turismo cultural en el área y la ciudad.

Con base en el fin propuesto, se presentan los aspectos metodológicos y el marco concep-

tual que da sustento teórico a la investigación desarrollada.

Seguidamente, se describe el área de estudio y se analizan los bienes culturales, susceptibles de uso turístico en el casco histórico.

Desde la investigación, se realiza un aporte al desarrollo turístico cultural del sector, planteando una serie de lineamientos propositivos que tienden a la gestión del espacio urbano como lugar de encuentro e intercambio entre residentes y visitantes. Para ello, se plantea una estrategia de producto y se mencionan los proyectos específicos a llevar a cabo, contribuyentes a la valorización de los componentes patrimoniales y a la dinamización del espacio urbano.

Procedimiento metodológico para abordar la investigación

El presente trabajo se aborda, en primera instancia, a partir de una revisión bibliográfica, relativa al tema general que estructura la investigación: el turismo cultural, como proceso social, analizado en este caso desde la perspectiva de la oferta. A su vez, adquiere relevancia el tratamiento de la vinculación con el patrimonio cultural, como componente base de la actividad, planteándose un apartado donde se analiza su atraktividad como recurso turístico-recreativo.

A nivel específico, la consulta de la literatura y registros de archivos, donde se realiza un tratamiento particularizado del tema planteado, constituye la segunda instancia de trabajo. Aquí se destaca el Inventario de Patrimonio Arquitectónico y Urbano del Partido de Bahía Blanca (ZINGONI, 1990), al igual que otras publicaciones, donde la información resulta relevante a los fines propuestos (VIÑUALES y ZINGONI, 1992; Municipalidad de Bahía Blanca, 2005; ZINGONI, 2010).

En una segunda instancia, se aborda el trabajo de campo, conformado por técnicas de recolección de la información de carácter cualitativo. En este caso, la asistencia al área de estudio de forma permanente, constituye parte de la observación directa en el terreno, que ha permitido realizar el relevamiento de atractivos. El mismo se ha estructurado con base en las fichas de inventariado adaptadas a partir de la propuesta por la Organización de Estados Americanos (1978).

Asimismo, el trabajo de campo también se conforma por entrevistas a informantes clave, entre ellos, el personal del área de turismo del municipio local, al igual que residentes de la ciudad. En este último caso, se realizaron un total de 20 entrevistas semiestructuradas, con preguntas de respuestas cerradas y abiertas, a habitantes de Bahía Blanca, comprendidos entre los 50 y 70 años. El cuestionario se estructuró con interrogantes referidos a la valoración del espacio céntrico, como lugar de encuentro y de prácticas recreativas durante su tiempo libre.

El desarrollo de cartografía específica complementa la información presentada.

Turismo cultural y patrimonio

El turismo, de acuerdo con lo establecido por BERTONCELLO (2002:32), es considerado como una práctica social,

protagonizada por determinados sujetos sociales: los turistas, [...] agentes económicos, comunidad de origen y destino, [donde] cada uno de ellos forma parte de una determinada sociedad, en la cual ocupan roles específicos, actúan según intereses y desde lugares de poder diversos.

Dentro de esta amplia actividad, y de las diferentes modalidades asociadas, se destaca el turismo cultural. El mismo, con caracteres

y prácticas diferentes a las comprendidas en la actualidad, tiene su origen en el “Grand Tour”, desarrollado por los jóvenes aristócratas ingleses entre los siglos XVI y XVII. Este consistía en la realización de un viaje por Europa continental, uniendo diferentes ciudades y teniendo como finalidad la formación personal y profesional (política) de los hijos de la nobleza. Dentro de las actividades principales relacionadas con la cultura, se destacaba la visita a colecciones privadas de arte, debido a la inexistencia de museos para ese entonces (RAMOS LIZANA, 2007:24). Esta experiencia permitía crecer intelectualmente a los jóvenes, contribuyendo a una preparación integral para su futura vida de diplomáticos.

Hoy en día, el concepto de turismo cultural va más allá de la visita a un museo o una colección. El mismo adquiere un carácter complejo, donde aquellos componentes culturales y patrimoniales que funcionan como los generadores del desplazamiento turístico, alcanzan una valoración relevante que condiciona la propia práctica turístico-recreativa.

ICOMOS (Consejo Internacional de Museos y Sitios) destaca en la Carta de Turismo Cultural (1976), que dicha actividad comprende

aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios en particular. Ejerce un efecto realmente positivo sobre estos, en cuanto contribuye –para satisfacer sus propias fines– a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica los esfuerzos que tal mantenimiento y salvaguarda exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que comporta para toda la población implicada.

En este caso, el turismo cultural queda expresado como la simple visita a un monumento o sitio con valor cultural o patrimonial asociado. No se mencionan otras motivaciones, sino que deja abierta la posibilidad de su de-

terminación, debido a la falta de especificidad en su definición.

Existen otros autores que realizan un abordaje del tema de forma amplia e integral. VÁZQUEZ (en RAMOS LIZANA, 2007:67), sostiene que el turismo cultural consiste en

organizar y realizar un viaje con una propuesta de contenido territorial o temático, para llevar a cabo actividades, que permitan experimentar la cultura y las diferentes formas de vida de otras gentes y, como consecuencia, conocer y comprender sus costumbres, tradiciones, entorno físico, ideas intelectuales y lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural.

Siguiendo la misma línea, CAMARERO IZQUIERDO y GARRIDO SAMANIEGO (2008: 35) establecen que

el turismo cultural se define como las visitas realizadas por personas externas a una localidad, motivadas total o parcialmente por el interés por la oferta histórica, artística, científica, estilo de vida o patrimonio de una comunidad, oferta regida por un grupo o institución.

A diferencia de la definición planteada por ICOMOS (1976), los autores citados amplían la posibilidad de prácticas y motivaciones que pueden ser las causantes del desplazamiento de los visitantes: desde conocer sitios de interés histórico, a la búsqueda de participación en una determinada comunidad, atraídos por su modo de vida. Se puede decir, entonces, que el turismo cultural tiene como principal recurso base a la cultura de un determinado lugar, manifestada de forma material, a través de su patrimonio construido (iglesias, monumentos, edificios históricos, etc.), e inmaterial, reflejado en los componentes patrimoniales intangibles (festividades típicas, gastronomía, modos de ser y hacer, etc.).

En la literatura consultada, la mayoría de los estudiosos del tema hacen un tratamiento similar del turismo cultural y del patrimonial, considerándolos como sinónimos. Si bien los conceptos se encuentran estrechamente ligados, existe diferencia entre las dos prácticas. Por un lado, el turismo cultural con sus características formales asociadas, descritas anteriormente, adquiere el carácter de la gran modalidad turística, definida a partir de la motivación de la demanda, mientras que el turismo patrimonial se encuentra más acotado como actividad. En este último, el contacto con los bienes culturales es más profundo, la contextualización auténtica de la manifestación cultural o de la obra profundiza la valoración resultante, la dimensión territorial en este caso adquiere relevancia y mayor significación. CAMARERO IZQUIERDO y GARRIDO SAMANIEGO (2008: 35-36), destacan que

la diferencia que algunos establecen entre turismo del patrimonio y turismo cultural es que el primero se basa en el lugar, en crear un sentido del mismo enraizado en sus especificidades, su gente, sus hechos, historias y tradiciones. El turismo cultural, sin embargo, se relaciona con el mismo tipo de experiencias pero con menor énfasis en el lugar.

ASHWORTH (en Chile Ambiente Corporación, 2008: 5) destaca que en el turismo patrimonial

[...] el desplazamiento de personas es motivado por el interés especial que suscitan los recursos patrimoniales de un lugar específico. Se tiende a confundir y superponer el turismo patrimonial y el turismo cultural ya que su relación es muy estrecha y en donde los términos se utilizan a menudo de forma sinónima. Sin embargo, turismo cultural abarca un concepto más amplio que turismo patrimonial.

Se puede decir, entonces, que una manifestación de la cultura de un pueblo, que forma

parte de su patrimonio inmaterial, tendrá mayor significación si se lleva a cabo en su sitio original de emplazamiento, y no descontextualizada y generada para la simple afluencia de visitantes; o una muestra de esculturas de un artista, será mucho más valorada si la misma se realiza en el propio taller del escultor y no en una sala de exposiciones o un museo temático. Aquí la apreciación de los visitantes resulta diferente, al igual que la propia práctica turística patrimonial, determinando experiencias y vivencias disímiles. Se manifiesta en los casos planteados, el desarrollo de actividades asociadas a un turismo patrimonial, quedando aquella oferta configurativa del turismo cultural, en un marco más genérico y amplio. En la Figura 1 se presenta en forma esquemática lo descripto anteriormente.

Se trate de turismo cultural o patrimonial, en estas prácticas el patrimonio actúa como el recurso turístico o atractivo base, capaz de generar el desplazamiento hacia un espacio geográfico dado. Dicho conjunto de bienes culturales, ya sean de carácter material o inmaterial, forman parte de una estructura mayor, que conjuntamente con otros componentes, determinan la elección de un lugar,

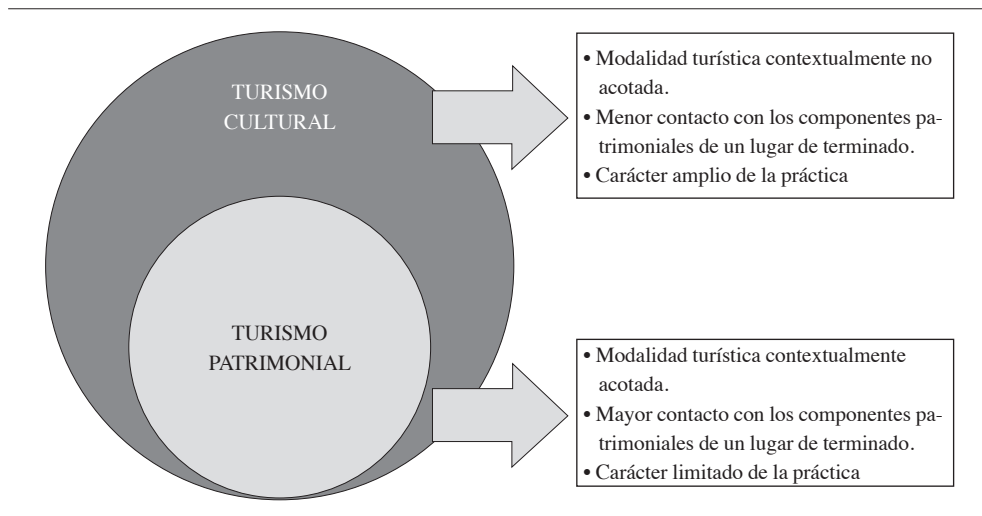
generando la movilidad de los visitantes hacia el mismo. Este conjunto de elementos es denominado producto turístico. VALLS (1996) destaca que

el producto turístico se presenta como un conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, la infraestructura y los equipamientos; entre los intangibles se encuentran los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio.

Es decir que los atractivos adquieren la caracterización de ser un elemento integrante más, entre varios, que constituyen un producto turístico que, articulado con otros, conforman la oferta existente en un destino.

En el caso del turismo cultural, el patrimonio de una sociedad se transforma en su recurso principal, configurando, mediante la articulación con el resto de los elementos, un producto turístico cultural. MORENO DELGADO (en GUZMÁN VILAR y GARCÍA VIDAL, 2010: 39) entiende al mismo como:

FIGURA 1. Turismo cultural y patrimonial



Fuente: elaboración propia (2012).

...el conjunto de componentes tangibles e intangibles basados en los recursos patrimoniales culturales, los cuales resultan accesibles a los viajeros visitantes a través de la armonización de la gestión cultural y turística, siendo generadores de beneficios en forma de experiencias con sentido para un público específico, de manera tal que se garantice la sostenibilidad económica y ambiental de los factores que intervienen en su presentación.

La existencia de los atractivos no es suficiente para los visitantes, sino que el mismo debe ser “acondicionado”, tanto en términos físicos, temporales, como económicos, para hacerlo accesible al público objetivo interesado (CONTI y CRAVERO IGARZA, 2010:13).

BRITO (2008: 26) destaca que un recurso turístico podrá constituirse en un producto turístico cultural, a través de un tratamiento y planificación específica, orientada al consumo, además de encontrarse el atractivo asociado a las ofertas culturales y servicios turísticos disponibles en el mercado.

TRESSERRAS (2006) realiza un aporte a la definición, estableciendo una serie de características formales del proceso de transformación o conversión del patrimonio como recurso a producto turístico. Destaca que este producto cultural debe ser sostenible, atractivo, rentable, participativo (en su desarrollo y comercialización) y formativo, vinculado este último con la capacitación y educación de los prestatarios de los servicios turísticos y la propia población local, acerca del trato con los visitantes.

En este proceso no solo entra en juego el patrimonio como único elemento captador de la atención de los futuros visitantes, sino que para el acceso de los individuos al propio atractivo se hace necesario un conjunto de componentes que determinen y posibiliten la

accesibilidad al mismo, para su uso, aprovechamiento y consumo.

En esta configuración y conversión del patrimonio de recurso a producto turístico recreativo intervienen diferentes actores locales, con intereses, formas de actuar, valores y objetivos diferentes, por lo que los procesos de patrimonialización y activación de atractivos turísticos deben ser planificados de manera cuidadosa, en primera instancia, porque se está trabajando con un bien que forma parte de la identidad de la sociedad local; segundo, porque dicho bien lleva asociada una autenticidad (como obra o manifestación) que debe resguardarse para no atentar contra el propio recurso, y tercero, porque la inadecuada gestión en la comercialización del producto cultural puede traer impactos poco beneficiosos tanto para el bien cultural en juego, como para la sociedad receptora, portadora del mismo.

De acuerdo con la lectura que realiza PRATS (1997: 42), en el proceso de incorporación del patrimonio a un producto turístico cultural, dicho patrimonio puede presentarse de tres formas diferentes, dando lugar a una configuración determinada, tanto de la propia práctica, como del consumo. En primer lugar, “el patrimonio puede constituirse como un recurso turístico per se, capaz de integrar con la oferta hotelera básica, un motivo de compra autónomo [...]”. El ejemplo típico en este caso lo constituyen como establece el autor, las pirámides y templos de Egipto, las ruinas incas de Machu Pichu, las pirámides mayas, o cualquier otro patrimonio con gran reconocimiento mundial. A su vez, “el patrimonio puede presentarse asociado a un producto turístico integrado (un paquete) [...]”. Se debe mencionar aquí, a aquellas ciudades que conservan intactas y en adecuado estado de preservación sus estructuras edilicias de gran valor arquitectónico e histórico, como la mayoría de las ciudades europeas, donde a través de diferentes circuitos, que incluyen

desde el servicio de alojamiento hasta las excursiones y gastronomía, recorren gran parte del viejo continente bajo la temática cultural. En última instancia, “el patrimonio [...] puede constituirse en un valor añadido para destinos turísticos que no tienen el patrimonio como principal atractivo, como motivo de compra básico”. Se destacan en este caso, los centros turísticos que presentan su principal producto asociado a un recurso natural, como la playa o la montaña, buscando entonces, a través del turismo patrimonial, captar un nuevo segmento de mercado, diversificando de esta manera su demanda.

Además de precisar la relación entre patrimonio y turismo, se hace necesario también destacar la importancia de la recreación, como otra forma de ocio, comprendida, al igual que la actividad turística, dentro del tiempo libre de las personas. Por su acotación temporal, posibilita la utilización del patrimonio cultural por los propios residentes de un determinado lugar, como conjunto de componentes susceptibles de ser aprovechados desde la perspectiva del esparcimiento.

La Real Academia Española (2012) define la recreación como “acción y efecto de recrear”, entendiendo por recrear: “divertir, alegrar o deleitar”. En segunda instancia, manifiesta que la recreación es “diversión para alivio del trabajo”. Aparece reflejada en este caso, la actividad recreativa como liberatoria de presiones laborales, pertenecientes a un tiempo de vida obligado.

BOSCH (2009: 27-28), establece que la recreación

...implica la ruptura con lo cotidiano, con la rutina, con lo que permite descubrir cosas nuevas que para el hombre significan vivencias, sentimientos e ideas que no experimenta habitualmente. [...] sirve para el descanso de actividades diarias de carácter obligatorias y al mismo tiempo ayuda a

desprenderse de las preocupaciones que estas originan.

Por otra parte, ACERENZA (1991: 32) manifiesta que dicha práctica recreativa considera “...cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este uso se realice con una actividad placentera”. Al igual que los conceptos planteados con anterioridad, deja manifestado el carácter de actividad realizada con un carácter hedonístico, en un tiempo restante al obligado. Esta caracterización podría aplicarse también al turismo, ya que se encuentra enmarcado dentro del tiempo libre y se conforma como una actividad de ocio.

Cabe aquí plantear entonces a dicha distinción, mencionada en gran parte de la literatura específica del tiempo libre y el ocio. La divergencia fundamental entre turismo y recreación, como formas de ocio, se encuentra dada por la temporalidad, incluyendo la recreación aquellas actividades realizadas en períodos inferiores a 24 horas, es decir, que no considera la incursión de pernocte en el lugar visitado. En este sentido, afirma BOULLÓN (1990: 91): “la principal diferencia entre turismo y recreación reside en que esta califica al uso del tiempo libre por períodos inferiores a 24 horas”.

Asimismo, el autor citado manifiesta el carácter de tipo urbano o en las periferias de las aglomeraciones que estas prácticas recreativas tienen, acotando además la duración promedio del desplazamiento, entre el entorno habitual y el espacio recreativo propiamente dicho, a dos horas de “distancia tiempo” (ídem).

En este contexto, se considera entonces la recreación como la realización de actividades, enmarcadas dentro del tiempo libre de los individuos, que persigan la obtención de un estado placentero y que posibiliten la evasión del quehacer diario. Dichas actividades deben

enmarcarse en un contexto temporal no superior a las 24 horas.

Entre las diferentes motivaciones psicológicas para la realización de estos tipos de prácticas recreativas (al igual que las turísticas), resurgen el hastío, la realización de compras, los paseos, las visitas, la práctica de deportes, las razones culturales, entre otras (BOULLÓN, 1990: 100-101). Estas últimas cobran relevancia cuando se piensa en la vinculación con el patrimonio cultural, convirtiéndose el mismo en el atractivo de interés para el desarrollo de la actividad.

A partir de lo planteado en este acápite, se identifican entonces diferentes vinculaciones entre patrimonio, turismo y recreación, desarrollando disímiles formas de consumo, dependiendo de las características del destino. De acuerdo con las estrategias de gestión que se lleven a cabo en el mismo, se podrán configurar productos turísticos culturales, acordes con las necesidades y deseos de los visitantes, tratando estos centros de captar el público deseado, para que el mismo haga una utilización y uso de los componentes patrimoniales que alberga y así obtener a cambio un beneficio económico que, en términos sostenibles, debe ser reinvertido en su mantenimiento y preservación.

La atractividad turística del patrimonio cultural

Para comprender el concepto y las distintas miradas acerca de la construcción de la atractividad turística de un recurso o un destino, se debe definir con anterioridad, qué se entiende por atractivo.

SUNYER *et al.* (2005:62) consideran como atractivo o recurso turístico² a “todo elemento

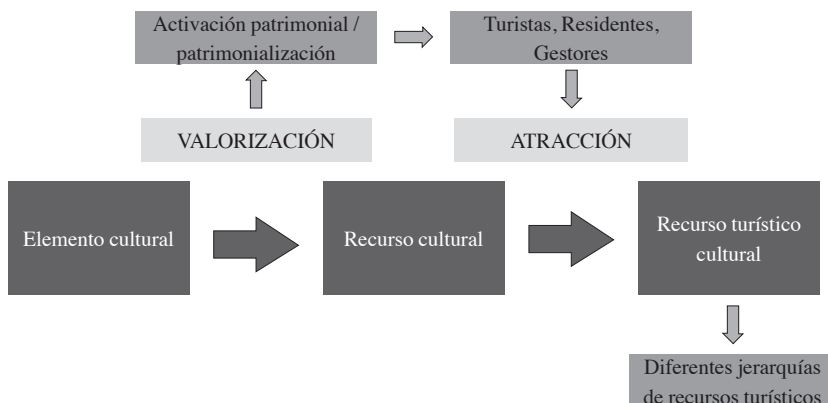
material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, de atraer visitantes a un determinado espacio, y cuando esa visita responde a motivos de turismo, ocio y recreación”. Es decir, siguiendo la lectura que realizan los autores citados, “los recursos territoriales constituyen la materia prima de la actividad turística”. En este sentido, en relación con el turismo cultural y patrimonial, el propio patrimonio cultural, se transforma en el recurso, susceptible de uso y aprovechamiento por parte de los visitantes.

La Organización Mundial del Turismo (en SANCHO, 1998: 183-184) considera que el patrimonio turístico (entendido en este caso como recurso) “es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas”. En esta transformación, de recurso a atractivo y posterior conformación en un producto turístico, intervienen los diferentes procesos de patrimonialización o de asignación de valor inducido, considerando además, aquellos posteriores de activación o gestión de atractivos.

En este sentido, existe entonces un elemento cultural que es valorado como tal por sus condiciones. Esta valoración, manifestada por procesos de patrimonialización o activación patrimonial, conlleva a su conversión en recurso cultural, al ser apreciado como tal. Dicha iniciativa de asignación inducida de valor puede ser llevada a cabo por actores locales (vecinos, instituciones, gestores) o por la valorización propia de los turistas, contribuyendo a su activación y a su posterior conversión en atractivo. Es decir, aquel recurso que es valorado por los visitantes y que genera un desplazamiento hacia el destino donde se localiza, se transforma en recurso turístico, a partir de la atractividad generada (Figura 2).

² Los autores de esta publicación consideran al concepto de atractivo como sinónimo de recurso turístico.

FIGURA 2. Transformación de elemento cultural a recurso turístico cultural



Fuente: elaboración propia.

Lo antedicho permite deducir que el conjunto de recursos turísticos de un destino constituye aquellos componentes básicos o complementarios, pero no únicos, capaces de motivar a los individuos y generar un flujo de visitantes desde un área emisora, considerada como el entorno habitual de dichas personas, hacia un espacio receptor o de destino, donde se encuentran los mencionados recursos territoriales. Bajo esta adjetivación, TAVARES *et al.* (2010: 1.074) establecen que “los factores de atraktividad de un destino turístico son sus recursos naturales, deportivos y culturales, religiosidad, eventos, características del clima y gastronomía, entre otros”³. Los autores consideran a los atractivos naturales y culturales, como el conjunto de bienes y manifestaciones captadoras de la atención de los visitantes e influyentes en la toma de decisión del viaje.

Además de considerar a los recursos turísticos (oferta original) de un determinado destino, como uno de los atributos principales, intervinientes en el proceso de creación de la atraktividad de visitantes hacia dicho espacio turístico, se debe tener en cuenta la

oferta turística derivada o complementaria, es decir, el conjunto de prestaciones o servicios que se vinculan en forma directa con la actividad turística y que posibilitan, conjuntamente con la infraestructura de transporte, la accesibilidad a los atractivos y al propio destino. En este sentido, los diferentes tipos de equipamiento turístico –de alojamiento, alimentación, esparcimiento, transporte, entre otros–, adicionado a las instalaciones del sitio, conformarán una planta turística, con un determinado grado de aptitud, para potenciar el desarrollo de dicha actividad en el lugar. En este contexto, la oferta turística complementaria juega un rol fundamental en el proceso de creación de la atraktividad turística de un determinado espacio.

Hasta aquí, el análisis y definición de la atraktividad se ha establecido únicamente desde un enfoque: el de la oferta. Cabe plantear que dicho concepto debe abordarse también desde una perspectiva no solo centrada en el área receptora, portadora de recursos y productos turísticos, sino en la mirada del visitante, quien desarrolla su residencia en un lugar, distante del destino.

ALMIRÓN, BERTONCELLO y TRONCOSO (2006: 107), sostienen que la atraktividad turística de

³ Los autores realizan una interpretación de lo planteado por BEERLI y MARTÍN (2004) y MONDEJAR y VARGAS (2009).

un lugar puede definirse desde dos perspectivas: en primera instancia, desde los recursos turísticos o atractivos, entendidos como un conjunto de componentes naturales o culturales, con ciertos atributos particulares en un determinado sitio, que existen previamente a la valoración que los visitantes hagan de dicho espacio; por otro lado, establecen que dicha atraktividad es una “construcción social” que va más allá de la mera existencia de atributos en el territorio, y que la misma se forma a partir de la combinación de estos últimos con ciertas cuestiones ajenas al espacio soporte de los atractivos. Dichas variables resultan relativas a los propios visitantes y al contexto en el que ellos están inmersos, como pueden ser las modas, gustos, hábitos de consumo, etc.

A partir de esta última postura, se atribuye la construcción de la atraktividad a las sociedades de origen, es decir la determinación de una actitud generadora del desplazamiento, propia de un espacio diferente al receptor, donde verdaderamente se encuentran los recursos. Al respecto, BERTONCELLO (2002: 42-43) manifiesta que:

...con esto se están cuestionando fuertemente los estudios y prácticas orientados a la búsqueda o detección de atractivos potenciales como meros atributos del lugar: dicho en otros términos, podría decirse que no importa cuan importante, destacado, etc., es un rasgo (natural, histórico, cultural o lo que sea) del lugar de destino, sólo se valorizará como atractivo si logra coincidir con demandas existentes en la sociedad de origen de los turistas.

A su vez, Bustos Cara plantea que

para superar la dicotomía entre la sociedad de origen del turista y la sociedad de destino [...] debe buscarse en el proceso de producción de valor del atractivo turístico y hacerlo de manera sostenible. Para esto es necesario reconocer que la sociedad de destino produce

sus valores y que estos son territorializados los que pueden sustentablemente alimentar los valores buscados o reconocidos por la sociedad de origen. Los valores desterritorializados, es decir imaginados en el origen, tarde o temprano se desvanecen ante las realidades locales (BUSTOS CARA, 2004: 13-14).

En el proceso de activación de bienes culturales como atractivos turísticos, será necesario entonces compatibilizar ambas miradas: por un lado, analizar y exaltar los atributos particulares de los recursos turísticos y, por otro, tratar de definir las propuestas de gestión a partir de los intereses de los visitantes. Aquí entra en juego el papel que desempeña el *marketing* turístico, en tratar de identificar las necesidades y deseos de los visitantes para, a partir de ello, diseñar productos concretos que respondan a sus exigencias. Al respecto, puede decirse que

...los intereses de los potenciales turistas, junto con las condiciones objetivas del lugar, definen un campo de posibilidades de actuación social, que se concreta en distintos lugares. [...] Intereses económicos y políticos, intereses grupales y concepciones de mundo, se articulan en acciones concretas que desembocan en las formas específicas que adquiere el proceso de definición de atractivos en cada lugar y en la elección de los lugares (BERTONCELLO, 2008: 9).

Siguiendo la misma línea de pensamiento puede manifestarse que existen diferentes componentes patrimoniales, con ciertas características que los hacen ser más o menos propensos a convertirse en verdaderos atractivos turísticos. Dependiendo de los valores que la obra o la manifestación cultural albergue, en cuanto a parámetros estéticos, paisajísticos, culturales, históricos, entre otros, será más o menos apto para captar el interés de los potenciales visitantes de un destino turístico. A esto se le debe adicionar la posible declaratoria que posea el bien, otorgando la misma

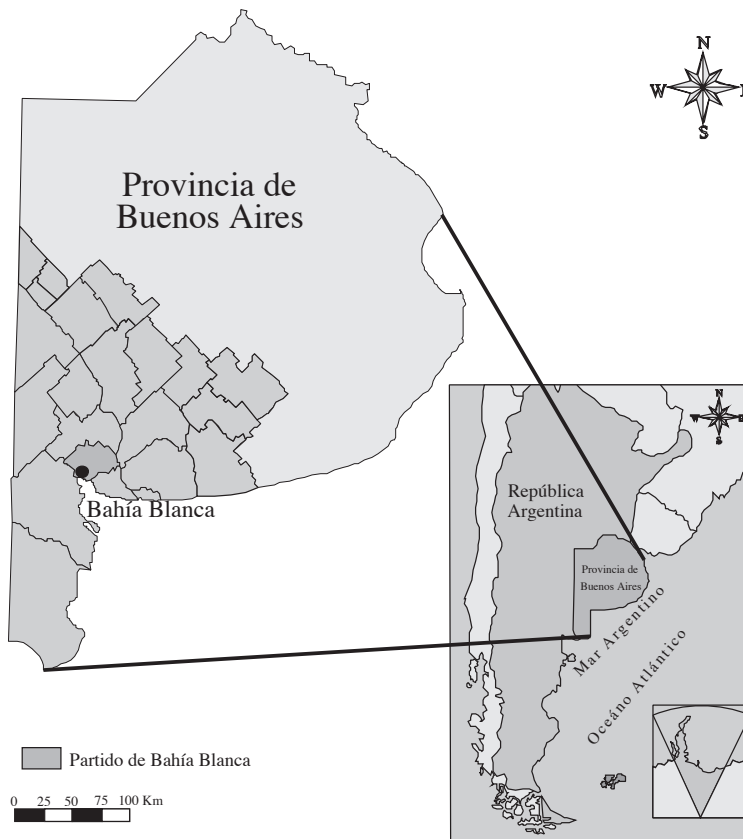
una valoración mayor, cuanto más elevado sea el estatus alcanzado. En este sentido, se entiende que un lugar declarado Patrimonio de la Humanidad representará una mayor apreciación, en términos de atractividad, que otro con declaratoria a nivel nacional, provincial o municipal (ídem: 11). Esta asignación de valor juega un rol fundamental en estos procesos, donde pueden ser las detonantes del desarrollo de la práctica turística en un determinado lugar, asociando a ello formas de consumo, de planificación, ciertos impactos positivos o negativos, entre otras repercusiones que se puedan producir en el espacio soporte de la actividad turístico-recreativa.

El caso del centro histórico de la ciudad de Bahía Blanca

La ciudad de Bahía Blanca se localiza en el partido del mismo nombre, en el Sudoeste de la provincia de Buenos Aires, en la República Argentina (Figura 3). Su población distrital alcanza los 301.572 habitantes (INDEC⁴: 2010).

La actividad económica de base se conforma por aquella de carácter portuario e industrial, adicionado al rol importante del sector terciario comercial y de servicios. Este último posibilita la concreción de la ciudad como

FIGURA 3. Localización de Bahía Blanca en el Sudoeste bonaerense



Fuente: elaboración propia con base en LUQUE y ÁLAMO (2011).

4 Instituto Nacional de Estadística y Censos.

abastecedora de una gran área de influencia, en el sudoeste bonaerense.

El turismo se presenta como una actividad complementaria a las de base, desarrollándose con énfasis aquellas modalidades vinculadas a los congresos y convenciones. Desde la perspectiva de la planificación de las políticas turísticas a nivel municipal, el turismo cultural se presenta en un segundo plano.

Antes de definir el área específica de estudio, el centro histórico de Bahía Blanca, es preciso conceptualizar, de forma breve, qué implica el concepto de centro histórico como tal. Dicho término

...es aplicado corrientemente a un asentamiento urbano o a una zona específica de una ciudad en la que se encuentra un conjunto importante de monumentos dentro de un tejido urbano coherente y significativo. Los edificios de especial valor, integrados dentro de esa trama homogénea que se ha consolidado a lo largo de varios siglos, o bien en un período determinado de la historia, conforman una unidad urbana en la que se conjugan valores históricos, arquitectónicos, de paisaje urbano, de memoria social (WAISMAN, 1993: 136).

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) y el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), consideran a los Centros Históricos, como

...todos aquellos asentamientos humanos vivos, fuertemente condicionados por una estructura física proveniente del pasado, reconocibles como representativos de la evolución de un pueblo. Como tales se comprenden tanto asentamientos que se mantienen íntegros, desde aldeas a ciudades, como aquellos que a causa de su crecimiento, constituyen hoy parte o partes de una estructura mayor. Los Centros Históricos,

por sí mismos y por el acervo monumental que contienen, representan no solamente un incuestionable valor cultural sino también económico y social (UNESCO y PNUD, 1977).

TELLA y POTOCKO (2009: 37) establecen que

...comúnmente se denomina centro histórico al asentamiento urbano originario de una ciudad, de formación anterior a la expansión urbana que consolidó la ciudad que hoy conocemos. Alguna vez fue el todo de la ciudad, luego atravesó múltiples procesos que lo transformaron y que finalmente lo consolidaron como centro histórico, como reservorio de los orígenes de la ciudad.

De acuerdo con los conceptos presentados, cuando se define un centro histórico se habla de un área urbana que coincide con el espacio fundacional que dio origen a un asentamiento, que guarda valores históricos, arquitectónicos y culturales propios de una época, y constituyen un sector a ser preservado de acuerdo a la ponderación de atributos que posee.

Para el estudio de caso que trata la investigación, si bien se identifican diferentes obras y equipamiento urbano de significancia para la sociedad local, el espacio en su conjunto no se integra de manera homogénea, sino que es posible identificar la convivencia de arquitectura moderna, con edificios históricos de finales del siglo XIX y principios del XX, articulados con otras construcciones bajas y en altura, referentes a períodos contemporáneos de creación.

En este contexto, podemos decir que estamos en presencia de un “centro histórico no consolidado”. En palabras de WAISMAN (1993: 137), estos tipos de espacios

...poseen monumentos de valor arquitectónico considerable y/o áreas reducidas, corredores o tramos homogéneos de interés arquitectónico o urbanístico, todos ellos

inmersos en un tejido débil, que no da pie por sí mismo para intervenciones de conservación a escala considerable. La debilidad del tejido puede provenir ya sea de un desarrollo histórico desigual o poco sostenido, que no hizo posible su consolidación [...], o bien de la pérdida de consistencia por causa de violentos procesos de renovación. [...] las obras de carácter religioso y las obras civiles de gran envergadura habrán sido respetadas, en tanto que la arquitectura comercial y doméstica más moderna, sufre renovaciones, transformaciones o simplemente demoliciones.

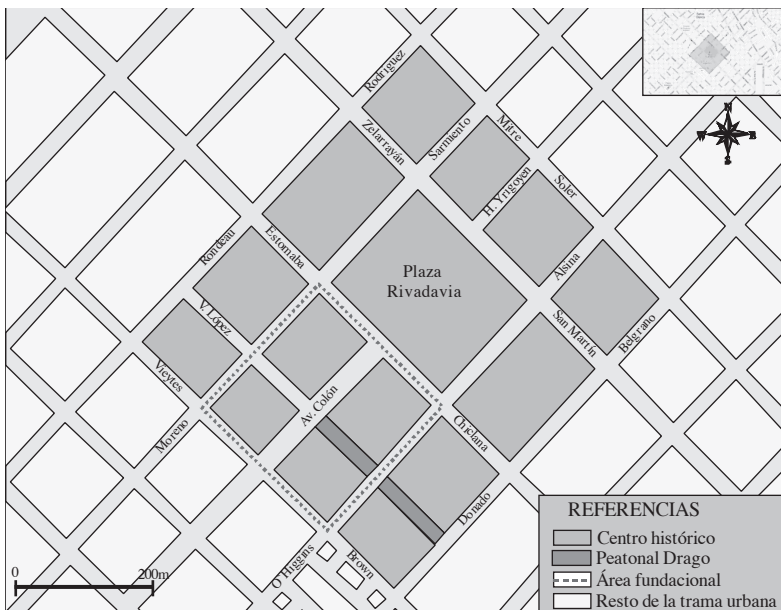
En este sentido, se articulan no solo obras correspondientes a distintas épocas, sino que a las mismas y al conjunto patrimonial presente en el área se le asigna una valoración especial, debido a que funcionan como hitos históricos, dentro de una trama moderna, cambiante y, por lo tanto, más frágil. Se puede decir entonces que cumplen una doble función: por un lado, albergan un cúmulo de actividades

administrativas, económicas y comerciales, características de cualquier centro urbano como nodo de transacción e intercambio cotidiano; mientras que por el otro, funcionan como soporte aglutinador de componentes patrimoniales, hacedores y contenedores de la memoria colectiva e identidad del pueblo portador (TELLA y POTOCKO, 2009: 37).

Una vez presentada la implicancia del término, es preciso definir el espacio objeto de estudio.

El centro histórico de la ciudad de Bahía Blanca se localiza y coincide con el centro administrativo y comercial de la ciudad. De acuerdo con la delimitación establecida en el Inventario de Patrimonio Arquitectónico y Urbano Municipal, el mismo comprende una extensión de unas 15 cuadrículas de diferentes dimensiones. Dicho espacio se delimita por las calles BELGRANO-DONADO, BROWN-VIETES, RONDEAU-RODRÍGUEZ y MITRE-SOLER (Figura 4).

FIGURA 4. Centro histórico de Bahía Blanca



Fuente: elaboración propia con base en Google Maps (2012).

El sitio se caracteriza, además, por la localización en su interior de la Plaza Rivadavia. Esta conforma uno de los principales espacios verdes públicos de la ciudad. Por su valor histórico albergado, se encuentra declarada “Lugar Histórico Nacional” (Decreto n.º 1020/ 2004).

Asimismo, se destacan un número importante de edificios con declaratoria patrimonial a diferentes escalas (municipal, provincial y nacional), que constituyen parte de la oferta de bienes culturales, susceptibles de aprovechamiento y uso turístico-recreativo. Entre los más representativos, se pueden destacar Palacio Municipal, Biblioteca Popular Bernardino Rivadavia, ex Banco de la Provincia de Buenos Aires, Bolsa de Comercio, Edificio de la Aduana, Catedral Nuestra Señora de la Merced, entre otros de gran valor.

La mayoría de ellos han sido construidos sobre finales del siglo XIX y principios del XX, no quedando obras representativas del período de fundación (1828).

Además de la Plaza Rivadavia, se destaca el antiguo solar que ocupaba la “Fortaleza Protectora Argentina”, fuerte de avanzada en la conquista de la soberanía sobre el territorio nacional. La misma fue desestructurada, tras varios años de tratativas, no quedando vestigios de ella en la actualidad. Dicho espacio, que actualmente ocupa cuatro cuadrículas en la trama urbana dentro del centro histórico, se encuentra también declarado: “Lugar Histórico Nacional”.

Recursos turístico- recreativos en el centro histórico

A partir del relevamiento realizado en el centro histórico, se han identificado un total de 53 recursos susceptibles de aprovechamiento

turístico y recreativo⁵, debido a los atributos y valores albergados en cada uno de ellos, que posibilitan una potencial configuración como atractores de visitantes.

Para la catalogación de los mismos, se ha utilizado como herramienta de clasificación, la metodología de inventario turístico propuesta por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) de la Organización de Estados Americanos. Este procedimiento distingue 5 categorías de atractivos o recursos turísticos. En el Cuadro 1, que se presenta a continuación, se menciona cada una de ellas, con su descripción correspondiente.

CUADRO 1. Categorías de atractivos turísticos.
Fuente: OEA- CICATUR (1978)

<i>Categoría</i>	<i>Descripción</i>
Sitios naturales	Incluye diferentes lugares, considerados en razón de su interés como paisaje, con exclusión de cualquier otro criterio, como ser equipamiento o actividades recreativas.
Museos y manifestaciones culturales	Se refiere a todos los recursos que tienen un valor artístico, histórico o monumental.
Folklore	Comprende las manifestaciones relacionadas con la cultura, costumbres y tradiciones de la población del lugar.
Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Abarca solamente a aquellos recursos que por su singularidad tienen interés turístico y además un carácter más actual que histórico.
Acontecimientos programados	Comprende todos los eventos organizados, actuales y tradicionales, que puedan atraer a los turistas como espectadores o actores.

⁵ Para cada uno de ellos, se confeccionó una ficha de relevamiento, manifestando sus principales características técnicas, históricas, culturales, entre otros valores asociados. Se presenta en anexo un modelo de la misma.

Para el caso de análisis, del total de recursos, un 84% (45 bienes) corresponden a la categoría *museos y manifestaciones culturales*, mientras que el porcentaje restante se concentra en los grupos *realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas* (8%), *folklore* (4%) y *acontecimientos programados* (4%). (Cuadro 2).

Dentro del grupo de mayor representatividad, los tipos y subtipos que predominan en forma notoria son *obras de arte y técnica y arquitectura*, respectivamente, siendo el tipo *lugares históricos* el de menos notoriedad. Para el caso del subtipo arquitectura, se hallaron un total de 43 edificios emblemáticos, que albergan como componentes principales su valor histórico, cultural y caracteres arquitectónicos. Se identificó solo un lugar histórico, que corresponde a la Plaza Rivadavia, espacio público de ocio en el centro del área de estudio⁶.

La categoría de *realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas* se distribuye es 4 intervenciones urbanas actuales, que complementan la oferta existente de patrimonio cultural construido. Lo mismo sucede con el resto de las clasificaciones: *folklore* y *acontecimientos programados*, denotando una escasa oferta de este tipo de atractivos y manifestaciones culturales, dentro del propio centro histórico. Cabe aclararse, respecto a la última categoría mencionada, que se han identificado los eventos, de acuerdo con su desarrollo reiterado de forma anual. Asimismo, existen otras actividades menores, como exposiciones pictóricas, muestras fotográficas, seminarios, etc., que a los fines de la investigación no alcanzaron a determinar cierta relevancia para ser incluidos dentro del catálogo. De todos modos, esto debe tenerse en

cuenta, debido a que si bien no son relevantes dentro del calendario anual, como sí lo pueden ser los considerados en el relevamiento, contribuyen a la conformación de una oferta cultural secundaria.

CUADRO 2. Cantidad de atractivos según categoría

	Categorías				
	Museos y manifestaciones culturales	Folklore	Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	Acontecimientos programados de carácter cultural	Total
Cantidad de atractivos turístico-recreativos	45	2	4	2	53

Fuente: elaboración propia (2012).

Para la determinación de la jerarquía de los atractivos, se ha utilizado la escala estipulada por Leno Cerro (1993), adaptada a partir de la desarrollada por la Organización de Estados Americanos (1978). Dicha jerarquía representa una puntuación efectuada de 1 a 5 (Cuadro 3), en función del tipo de demanda que atraen o pueden atraer los recursos turísticos presentes en el centro histórico. Se puede agregar que las características propias de los mismos juegan un rol fundamental en la ponderación de dicho valor. Por ejemplo, para el caso de los componentes patrimoniales que cuenten con declaratoria a nivel nacional, se le asigna mayor valor que los que tengan una a nivel municipal, y del mismo modo para los que no albergan ninguna.

⁶ No se identifica en este apartado al área fundacional como lugar histórico, a pesar de su declaratoria, debido a que se ha relevado individualmente cada uno de los bienes que se encuentran en ella. A los mismos, se les ha asignado en su mayoría una jerarquía 3, debido a su emplazamiento dentro del casco fundacional.

CUADRO 3. Jerarquía de atractivos turísticos

<i>Jerarquía 5</i>
Atractivo con rasgos excepcionales y gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
<i>Jerarquía 4</i>
Atractivo excepcional capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
<i>Jerarquía 3</i>
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.
<i>Jerarquía 2</i>
Atractivo con interés, capaz de motivar corrientes turísticas regionales o locales.
<i>Jerarquía 1</i>
Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo a nivel de las jerarquías anteriores, pero que juega un papel complementario, diversificando y potenciando el resto de los recursos.

Fuente: OEA- CICATUR (1978).

A partir de lo expuesto, se puede manifestar que la mayoría de los bienes culturales (56%) fue registrado bajo la jerarquía 1 (Cuadro 4), denotando la definición de ser en su mayoría atractivos poco significativos como para ser considerados al nivel de las jerarquías restantes, pero que juegan un papel complementario, diversificando y potenciando el resto de los recursos. En segunda instancia, un 29% de los recursos turísticos relevados, se corresponden con la jerarquía 3, denotando atractivos con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a la ciudad por otras motivaciones turísticas. Por último, un 15% representa a la jerarquía 2, albergando un cierto interés, capaz de motivar corrientes turísticas regionales o locales. Asimismo, no se registran bienes con jerarquías 4 y 5,

es decir, atractivos excepcionales capaces de motivar una corriente de turistas nacionales o internacionales, únicamente para visitarlos como estímulo principal del desplazamiento.

CUADRO 4. Cantidad de atractivos según jerarquía

	<i>Jerarquía</i>				
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Cantidad de atractivos turístico- recreativos	30	8	15	0	0

Fuente: elaboración propia (2012).

Vinculado a la jerarquía, se encuentra el nivel de declaratoria patrimonial, representando un 53% aquellos atractivos con declaratoria local, un 25% aquellos sin designación alguna, 13% a escala nacional y 9% de tipo provincial (Cuadro 5). Se puede decir, entonces, que la mayor proporción de atractivos con declaratoria local y sin declaratoria, constituyen bienes de jerarquía 1, aquellos con designación provincial conforman los de categoría 2 y, por último, los de declaratoria nacional, se corresponden con los de jerarquía 3.

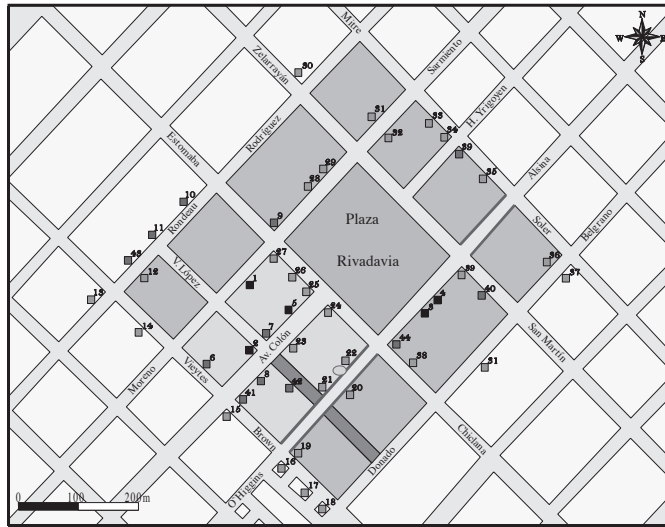
CUADRO 5. Cantidad de atractivos según declaratoria patrimonial

	<i>Declaratoria patrimonial</i>			
	<i>Nacio- nal</i>	<i>Pro- vincial</i>	<i>Muni- cipal</i>	<i>Sin decla- ratoria</i>
Cantidad de atractivos turístico- recreativos	7	6	27	13

Fuente: elaboración propia (2012).

En relación con la distribución espacial de los componentes patrimoniales construidos, la mayoría se emplaza en el sector centro-oeste del casco histórico, dentro del área fundacional, lugar que ocupaba la Fortaleza Protectora Argentina. Por el contrario, se registra un menor número de bienes, en el extremo oriental del área urbana (Figura 5).

FIGURA 5. Atractivos turístico-recreativos en el centro histórico de Bahía Blanca



Fuente: elaborado por Andrés Pinassi en base a Google Maps (2011)

Referencias	
	Centro histórico
	Lugar Histórico Nacional (Fortaleza Protectora Argentina)
	Plaza Rivadavia (Lugar Histórico Nacional)
	Monumento Histórico Nacional
	Monumento Histórico Provincial
	Edificios con declaratoria patrimonial a nivel local
	Otras obras relevantes
	Estatua de Carlos Gardel
	Semipeatonal O'Higgins- Alsina
	Peatonal Drago
	1 Edificio de Correo y Telégrafos
	2 Club Argentino
	3 Ex Banco de la Provincia de Buenos Aires
	4 Palacio Municipal
	5 Biblioteca Popular Bernardino Rivadavia
	6 Escuela Nro. 2 "Gov. Valentín Vergara"
	7 Ex Banco Hipotecario Nacional
	8 Rectorado Universidad Nacional del Sur
	9 Honorable Concejo Deliberante
	10 Antiguo Instituto Tecnológico del Sur
	11 Casa Catalana
	12 La "casa de los cisnes" (Casa Cafasso)
	13 Teatro Don Bosco
	14 Colegio Don Bosco
	15 Antiguo Hotel Sudamericano
	16 Edificio Taberner
	17 La "casa del Ángel"
	18 Ex Hotel Italia
	19 Ex edificio comercial "Gath y Chávez"
	20 Galería Peuser
	21 Casa Muñoz
	22 Hotel Muñoz
	23 Edificio "Bunge y Born"
	24 Bolsa de Comercio
	25 Edificio de la Aduana
	26 Palacio de Tribunales
	27 Banco de la Nación Argentina
	28 Antiguo edificio "La Nueva Provincia"
	29 Iglesia Nuestra Señora de la Merced
	30 Teatro Rossini
	31 Colegio Nacional
	32 Conjunto de casas Godio
	33 Cámara Federal de Apelaciones
	34 Casa y estudio Pagano
	35 Edificio Soler 31
	36 La peluquería Art Decó
	37 Edificio Belgrano 177
	38 Ex Palacio del Cine
	39 Edificio "La Comercialina"
	40 Edificio Pullman
	41 El "kiosco de los girasoles"
	42 Edificio ex Centro Cívico
	43 Colegio y capilla María Auxiliadora
	44 Ex Banco de Londres y Río de la Plata

Fuente: Elaboración propia con base en Google Maps (2011).

Como se mencionó al comienzo, la mayoría de las edificaciones se desarrollaron hacia finales del siglo XIX y durante las primeras décadas del XX, identificándose gran cantidad de edificios construidos en los años próximos al centenario de la ciudad, 1928.

Con respecto al uso, gran parte ellos se aboca a la función comercial, al igual que son notorios aquellos edificios en los que se desa-

rollan funciones públicas, como el Palacio Municipal, Honorable Concejo Deliberante, ex Banco de la Provincia de Buenos Aires, Rectorado de la Universidad Nacional del Sur, entre otros. También resulta representativo el residencial.

Respecto al aprovechamiento turístico y recreativo que se hace de los mismos, de acuerdo con la oferta planeada y diseñada por

la Dirección General de Asuntos Turísticos e Internacionales de la Municipalidad de Bahía Blanca (2011), dentro del centro histórico, se destaca un circuito que se desarrolla íntegramente dentro de él, y otro que lo hace en forma parcial, visitando solo algunos de sus edificios. El primero de ellos, denominado “el camino de la historia”, incluye 14 construcciones, emplazadas principalmente en el área fundacional, la Plaza Rivadavia y las calles que la rodean. Entre ellos se destacan el Palacio Municipal, la Iglesia Nuestra Señora de la Merced, el ex Diario La Nueva Provincia, el actual edificio del Honorable concejo Deliberante, el Banco Nación, la sede de la Aduana, el ex Banco Hipotecario Nacional, el Club Argentino, el Palacio de Tribunales, la Biblioteca Popular Bernardino Rivadavia, la Escuela n.º 2 “Gobernador Valentín Vergara”, el Edificio de Correos y telégrafos y la Bolsa de Comercio.

El segundo circuito mencionado, llamado “el camino de los hoteles”, se compone de 8 hoteles históricos y contemporáneos: Hotel de Londres, Hotel Muñiz, Hotel Italia, Hotel Sudamericano, Hotel Austral, Gran Hotel del Sur, Hotel Land Plaza y Hotel Argos. Del total, 6 se emplazan dentro del área histórica. Solo se encuentran funcionando como tal 2 de ellos, el Muñiz y el Austral. Tanto el de Londres (inexistente), el Sudamericano y el Italia, han cerrado sus puertas en diferentes períodos del siglo XX y XXI, respectivamente.

Propuestas turístico-recreativas para el centro histórico

A partir del análisis realizado, se presentan a continuación una serie de lineamientos propositivos, que tienen como objetivo contribuir al desarrollo turístico-recreativo del centro histórico de la ciudad de Bahía Blanca.

Para ello, se ha establecido una estrategia general de producto, a partir de la cual se de-

sarrolla cada uno de los proyectos propuestos. La misma se centra en la creación de nuevos productos-mercado de carácter cultural, mediante los cuales se satisfagan las necesidades de entretenimiento, esparcimiento, aprendizaje y diversión. Asimismo, se considera importante la mejora de las actividades y servicios existentes, que contribuyan a un mayor y mejor uso del centro histórico, como soporte aglutinador del patrimonio cultural local. Las estrategias y acciones de fortalecimiento de productos deben llevarse a cabo enmarcadas en un contexto de desarrollo sustentable, que favorezca a la utilización racional y adecuada de los bienes culturales existentes en el área.

En este marco, se establecen un total de ocho proyectos específicos, que tienden a la revitalización del casco histórico.

El Proyecto n.º 1, denominado *Creación y fortalecimiento de circuitos turísticos de carácter cultural*, prevé la consolidación de los circuitos turísticos existentes en el área céntrica, además del diseño de otros nuevos en el sector. Entre estos últimos se destacan:

- “El circuito del dinero”: conformación de un circuito por los edificios históricos donde funcionan y funcionaron diferentes instituciones bancarias de reconocimiento en la ciudad.
- “El circuito de las grandes obras nacionales”: une las obras declaradas como Monumento Histórico Nacional y los sitios de carácter Histórico Nacional en el centro histórico.
- “El circuito de las grandes obras de la provincia”: a diferencia del anterior, permite visitar los edificios históricos declarados Monumento Histórico Provincial.
- “Circuito de guardapolvos blancos”: concatena las escuelas primarias y secundarias emplazadas en el centro histórico,

además de las sedes de la Universidad Nacional del Sur.

- “Un circuito con altura”: posibilita visitar aquellos edificios en altura que albergan declaratoria patrimonial a nivel municipal, combinado con obras de gran envergadura de carácter contemporáneo.
- Circuito: “comprando historia”: incluye en su recorrido las distintas galerías comerciales, históricas y actuales, que se localizan en el área céntrica. Permite combinar atributos del pasado bahiense con moda y entretenimiento contemporáneo.
- Circuito: “Bahía es vanguardia”: posibilita recorrer diferentes obras con estilo Art Nouveau y Art Decó.
- “Un circuito por la Bahía desconocida”: propone la visita de obras de relevancia arquitectónica y cultural, que si bien no presentan la monumentalidad de los edificios que rodean la Plaza Rivadavia, conservan componentes asociados a la historia local, que los hacen atractivos.
- Circuito “albañiles de la historia”: tiene como objetivo “construir” parte de la historia local, a través de la visita de sitios de edificios que han sido demolidos en Bahía Blanca, pero que funcionaron como geo-símbolos referenciales en el centro urbano.

Para la concreción de algunos de los circuitos turísticos, es necesario que el organismo oficial de turismo a escala local establezca convenios con determinados edificios patrimoniales, logrando la obtención de permisos especiales para que los visitantes puedan acceder a los mismos. Esto contribuye a una mayor apreciación de los bienes durante el recorrido y a una apertura del patrimonio hacia los propios residentes locales.

El Proyecto n.º 2, denominado *Fomento del Teatro Comunitario*, tiene como objetivo fomentar e incentivar el desarrollo del teatro comunitario, utilizando como escenario el centro histórico de la ciudad. Este tipo de manifestaciones culturales se caracterizan por la participación voluntaria de los ciudadanos, en obras de carácter representativo para la sociedad (en su mayoría obras de época). Se plantea como escenografía el propio espacio urbano, actuando e interactuando los participantes con los componentes patrimoniales construidos.

El Proyecto n.º 3, *Fortalecimiento y creación de acontecimientos programados*, tiene como fin consolidar los eventos y festividades que se desarrollan en el centro histórico, como el “Encuentro Nacional de Artesanos”, la Feria de Artesanos, el “Gran Corso Céntrico” y la misa y procesión del “Día de Ntra. Sra. de la Merced”. Además, pretende desarrollar nuevas fiestas, algunas de ellas arraigadas en el patrimonio local y otras, con objetivos netamente turísticos, intentando así otorgar dinamismo al área y captar flujos de visitantes. Se destacan entre ellas:

- “La gastronomía del puerto en la Plaza”: consiste en una “extensión” de la Fiesta del Camarón y el Langostino que se realiza en la zona portuaria de Ingeniero WHITE, a 5 kilómetros del centro urbano. Tiene como objetivo acercar la gastronomía típica al centro de la ciudad y difundirla como parte de la cultura local.
- “Fiesta del aniversario de Bahía Blanca”: pretende adicionar a los actos protocolares realizados en honor a la fecha de fundación de Bahía Blanca (11 de abril de 1828), eventos de músicos locales, presentación de obras de teatro comunitario, elección y reconocimiento de vecinos tradicionales de la ciudad, entre otras actividades.

- La “Fiesta de la Brisa Marina” en la plaza: haciendo referencia a una connotación geográfica característica e identitaria del espacio geográfico bahiense, el viento, se pretende transformar a este fenómeno percibido como negativo, en una festividad local, con base en dicho atributo natural.
- Entrega de los premios “Fortaleza Protectora Argentina”: tiene como objetivo otorgar un reconocimiento a los residentes locales, que han realizado a lo largo del año, una tarea de relevancia social y cultural o que han colocado, a través de alguna forma, a Bahía Blanca, en la primera plana nacional. El nombre del premio hace referencia al fortín de avanzada que dio origen a la ciudad.
- “El cine en el centro”: consiste en la proyección semanal, durante los meses de primavera y verano, de películas y documentales temáticos, nacionales e internacionales. El lugar de proyección irá variando, utilizando una calle o sitio emblemático dentro del centro histórico. Antes del inicio de la película, se proyectarán, en escasos minutos, imágenes fotográficas antiguas del área, mostrando su evolución a lo largo del tiempo, para dar cuenta del cambio en el paisaje que se ha producido y hacer recordar antiguos recuerdos a los habitantes.
- Evento “Luz, cámara, acción”: plantea la realización de espectáculos temáticos e interactuantes de Mapping (técnica de proyección de imágenes sobre edificios). Se seleccionarán, de acuerdo a voto popular de los ciudadanos, las obras arquitectónicas sobre las que se desea realizar la proyección, a la vez que se darán a elegir con anticipación los posibles temas a presentar.

El Proyecto n.º 4, llamado *Paseos turísticos guiados*, consiste en desarrollar y consolidar

una oferta regular de paseos turísticos guiados. Para ello, se definirán puntos de partida y horarios establecidos de forma diaria, para el comienzo y fin de los recorridos. Dependiendo del itinerario, del público objetivo y época del año, se fijarán las diferentes frecuencias diarias. Se prevé, además, incorporar paseos guiados nocturnos durante la temporada estival.

El Proyecto n.º 5, *Fortalecimiento y creación de espacios para el esparcimiento de niños y adolescentes*, tiene como objetivo redefinir y reacondicionar el área de juegos infantiles que se localiza en el sector Norte de la Plaza Rivadavia, a la vez de crear un anfiteatro de reducidas dimensiones en el espacio verde, sobre calle Zelarrayán. Será construido de la mejor manera posible, logrando el menor impacto en los valores estéticos e históricos de la Plaza Rivadavia.

El Proyecto n.º 6, denominado *Paseando en el tren cultural infantil*, propone la instalación de un “tren cultural infantil” (vehículo ómnibus adaptado), que recorra las principales calles del centro histórico y las avenidas más representativas de la ciudad. Tendrá como punto de partida el Palacio Municipal y, dependiendo el día de la semana, realizará recorridos temáticos, con paradas en determinados edificios. Además de contar historias, adaptadas a un público infantil, acerca de las obras patrimoniales construidas y la historia local, se realizarán actividades culturales.

El Proyecto n.º 7, *Asignación de usos a edificios históricos*, tiene como objetivo refuncionalizar los edificios históricos inutilizados dentro del centro histórico. Durante el análisis se identificaron como tales: al Antiguo Hotel Sudamericano (Av. Colón y Brown), el edificio del ex Banco Hipotecario Nacional (Av. Colón y Vicente López), el ex Hotel Italia (Donado y Brown) y la “Casa Catalana” (Rondeau 51). En este último caso, cabe destacarse que si bien en la casa funciona un

comercio de material de revestimiento, en la entrevista realizada al dueño de la propiedad, manifestó el deseo de cambiar de función o desafectarla del inventario local y provincial, a fin de realizar una actividad más rentable. A partir de ello, se propone una refuncionalización, acorde con los principios patrimoniales.

- Edificio del antiguo Hotel Sudamericano: se plantea la refuncionalización del edificio colocando un café literario, recordando el funcionamiento de la antigua confitería que albergaba el lugar en su planta baja. Se complementará el uso, con el alquiler del lugar para eventos reducidos, charlas o seminarios.
- Ex Banco Hipotecario Nacional: se prevé la creación de un Centro Cívico, abocado a tareas de gestión municipal y provincial. En este contexto, en la actualidad se encuentra planificada la construcción de un edificio detrás del Palacio Municipal, acorde con tal fin. En lugar de ello, se considera que el inmueble, que antiguamente acogió al Banco Hipotecario, contiene las exigencias requeridas para reacondicionarlo de modo tal que puedan desarrollarse en él actividades de administración, planificación y gestión de carácter público.
- Ex Hotel Italia: el proyecto considera la reapertura del hotel, con su función original de alojamiento, pero orientado a un turismo de tipo social, es decir, aquel abocado a personas de bajos recursos, en el que el gobierno subvenciona la estadía. Para el caso concreto de análisis, se tendrá como público principal, estudiantes de primaria, secundario y jardín, de la zona de influencia de Bahía Blanca, y de otras partes del país, que presenten escasos recursos económicos para realizar un viaje hacia la ciudad. Asimismo, se trabajará con centros de jubilados del sudoeste bonaerense, interesados en visitar Bahía Blanca.

- Casa Catalana: la necesidad de incentivar el desarrollo de productos y recuerdos típicos con denominación de origen Bahía Blanca, posibilita articular dos proyectos en uno: por un lado, la importancia de desarrollo de productos identificatorios de la ciudad y, por el otro, el interés de refuncionalización por parte del propietario de la Casa Catalana. En este sentido, se prevé la creación del “Centro del Recuerdo Bahiense”, donde de forma articulada, la asociación de artesanos locales y aquellos de carácter independiente, sumado a otros productores de bienes típicos de Bahía Blanca, se reúnan en un sitio acorde, para comercializar sus manufacturas. Se crea así una cooperación de trabajo mancomunada, que mediante el pago por la utilización del espacio, el propietario puede obtener un ingreso económico y los vendedores, tener un lugar de exposición y muestra de sus producciones. La actividad se complementará con eventos reducidos que se realicen en el salón de su planta alta.

En el contexto de peatonalización del área céntrica, que desarrolla el actual gobierno municipal, se plantea el Proyecto n.º 8, *Peatonalización programada del centro histórico*, que prevé la peatonalización programada y ocasional de gran parte del centro histórico. En este sentido, se programará una vez al mes, un sábado o feriado, la peatonalización del sector, ofreciendo puestos de artesanos, concursos de vidrieras con temáticas particulares, espectáculos callejeros, paseos guiados, entre otras actividades. Las pruebas pilotos desarrolladas para la semi-peatonalización de calle Alsina, dan muestra de la respuesta favorable de la población.

Para finalizar este apartado, se debe dejar sentido que dichas propuestas, deben ser complementadas con estrategias de comunicación y distribución de los productos y servicios programados, conjuntamente con aquellas

iniciativas tendientes a la preservación de los atributos y autenticidad del patrimonio local, a fin de asegurarse un desarrollo articulado entre los distintos actores intervinientes y obtener así los mayores beneficios posibles, no solo económicos si no también sociales y culturales.

Conclusiones

En la actualidad, el turismo se visualiza como una actividad en crecimiento, dinamizadora de espacios locales. Como proceso social complejo, lleva aparejado gran cantidad de impactos socioculturales, ambientales y económicos, pudiendo reflejarse estos, de forma positiva o negativa, en el espacio turístico, soporte y elemento participante en el desarrollo de dicha actividad.

El turismo cultural, como modalidad turística definida a partir de la motivación de la demanda, no escapa a dicha caracterización. El mismo se identifica a partir de los movimientos de las personas que tienen como fin conocer otras culturas, diferentes a la del entorno habitual, visitar sitios históricos, obras arquitectónicas, reliquias arqueológicas y participar, de forma activa o pasiva, en diferentes manifestaciones culturales, que forman parte del patrimonio cultural inmaterial de una sociedad.

En este contexto, la ciudad de Bahía Blanca, más precisamente su centro histórico, alberga un potencial significativo para su aprovechamiento desde la perspectiva del turismo cultural.

Como se ha establecido, presenta un número importante de obras arquitectónicas, representativas y con derivaciones tardías a escala local de un Movimiento Historicista, en su mayoría edificios de carácter ecléctico, y aquellos correspondientes a los Movimientos de Vanguardia, como el Art Nouveau y Art

Decó. Esta adjetivación otorga diversidad para el diseño y práctica de actividades turísticas culturales.

Dicha arquitectura aparece articulada en la trama urbana, con construcciones y equipamiento urbano contemporáneo. Esto determina la configuración de un “centro histórico no consolidado” (WAISMAN, 1993: 137), en el que conviven obras históricas con aquellas actuales, en un mismo espacio urbano. A su vez, se identifican edificaciones en altura, algunas de ellas de significancia cultural para la población local, mientras que otras reflejan los preceptos de las nuevas tendencias y materiales de la construcción.

Otro de los caracteres a destacar, y que influye también en la conformación de una nueva oferta turístico-recreativa, es la declaratoria patrimonial en distintos niveles jurisdiccionales. Si bien el centro histórico, en comparación con otras ciudades, es de reducidas dimensiones, presenta en su totalidad 40 bienes construidos, con legitimación y reconocimiento como patrimonio cultural.

En relación con la jerarquía de los atractivos, de acuerdo con el análisis realizado, la mayor representatividad la adquieren aquellos de consumo complementario, dentro de la motivación del viaje. Es decir que dichos recursos pueden configurar o formar parte, de acuerdo con sus atributos, de una oferta de consumo complementario, a otras actividades o productos turísticos dentro de la ciudad.

Una debilidad notoria puede asociarse a la escasa oferta de acontecimientos programados, vinculada con parte de las manifestaciones culturales de carácter inmaterial que alberga la ciudad. En este contexto, no se aprovecha desde el punto de vista del turismo y la recreación, al centro histórico como espacio de encuentro y de desarrollo de potenciales eventos que capten la atención de visitantes y residentes.

En líneas generales, se puede establecer que el casco histórico de Bahía Blanca alberga gran potencial para la concreción de actividades turísticas y recreativas; resultado de ello, son las propuestas que se han planteado para su desarrollo dentro de dicha área urbana y en complemento con el resto de la ciudad. En este sentido, se hace necesario que las mismas sean desarrolladas de forma específica y detallada, en articulación entre el sector público y privado y la comunidad local, a fin de establecer un desarrollo coordinado y armónico entre los distintos actores intervinientes y lograr así la sostenibilidad y eficiencia de los lineamientos propuestos en el tiempo.

Bibliografía

- ACERENZA, MIGUEL ÁNGEL (1991). *Administración del turismo. Conceptualización y organización*. México: Trillas, p. 309.
- ALMIRÓN, ANALÍA; BERTONCELLO, RODOLFO y TRONCOSO, CLAUDIA (2006). “Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina”, en *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 15. <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=180713891001>. Consultado en: 09 junio de 2011.
- BERTONCELLO, RODOLFO (2002). “Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas”, en *Aportes y Transferencias*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, año/ vol. 6 (2), pp. 29-50. <http://nulan.mdp.edu.ar/259/>. Consultado en: 04 julio de 2011.
- BERTONCELLO, RODOLFO (comp.) (2008). *Turismo y geografía. Lugares patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Buenos Aires: CICCUS, p. 272.
- BOSCH, JOSÉ LUIS (2009). “La recreación como componente de la calidad de vida del hombre”, en BOSCH, JOSÉ LUIS y otros. *Reflexiones y experiencias acerca del tiempo libre, el ocio y la recreación*. Neuquén (Argentina): Educo, pp. 23-35.
- BOSCH, JOSÉ LUIS y otros (2009). *Reflexiones y experiencias acerca del tiempo libre, el ocio y la recreación*. Neuquén (Argentina): Educo, p. 219.
- Boullón, Roberto C. (1990). *Las actividades turísticas y recreacionales. El hombre como protagonista*. México: Trillas. 3.^a ed., p. 199.
- BRITO, MARCELO (2007). *Las ciudades históricas como destinos patrimoniales: potencialidades y requisitos*. España: Fundación Cátedra Iberoamericana. Universidad de las Islas Baleares, p. 179. http://www.uib.es/catedra_iberamericana/publicaciones/brito/. Consultado en: 06 agosto de 2010.
- BUSTOS CARA, ROBERTO (2004). “Patrimonialización de los valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local”, en *Aportes y Transferencias*, año/vol. 8, n.º 002. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, pp. 11-24.
- CAMARERO IZQUIERDO, CARMEN y GARRIDO SAMANIEGO, MARÍA JOSÉ (2008). *Marketing del Patrimonio Cultural*. Madrid: Pirámide, p. 258.
- CONTI, ALFREDO y CRAVERO IGARZA, SANTIAGO (2010). “Patrimonio, comunidad local y turismo: la necesidad de planificación para el desarrollo sostenible”, en *Notas en turismo y economía*, n.º 1. Dpto. de Turismo, Universidad Nacional de La Plata: La Plata (Argentina). http://www.econo.unlp.edu.ar/uploads/docs/revista_notas_en_turismo_y_economia_ano_1_n_1.pdf. Consultado en: 25 mayo de 2011.
- Chile Ambiente Corporacion (2008). *Estudio de identificación y caracterización de recursos institucionales, normativos y financieros disponibles para el desarrollo del turismo cultural en Chile*. http://www.cceproyectos.cl/uvic/wp-content/docs/docs_pdf/libros_y_documentos/179.%20e89f44aef79610d7987f7e716d84d54b.pdf. Consultado en: 26 abril 2011.
- FERRARIO, FRANCO (1979). “La evaluación de los recursos turísticos: una metodología aplicada”. Texto traducido por ZAPATA HURTADO, C. y JIMÉ-

NEZ MARTÍNEZ, A. del original: "The evaluation of tourist resources: an applied methodology", en *Journal of Travel Research*, vol. 17, n.º 4, pp. 24-30.

GUZMÁN VILAR, LARITZA y GARCÍA VIDAL, GELMAR (2010). *Fundamentos teóricos para una gestión turística del patrimonio cultural desde la perspectiva de la autenticidad*. <http://www.eumed.net/libros/2010f/854/>. Consultado en: 02 abril de 2011.

ICOMOS (Consejo Internacional de Monumentos y Sitios) (1976). *Carta de turismo cultural*. Bruselas (Bélgica). http://www.icomos.org/docs/tourism_es.html. Consultado en: 27 julio de 2010.

Municipalidad de Bahía Blanca (2005). *Descubriendo nuestra historia*. Bahía Blanca: Municipalidad de Bahía Blanca.

OEА (Organización de estados Americanos) (1978). *Metodología de inventario turístico*. Washington (Estados Unidos): Mimeografiado.

PRATS, LLORENS (1997). *Antropología y patrimonio*. Barcelona: Ariel.

RAMOS LIZANA, MANUEL (2007). *El turismo cultural, los museos y su planificación*. España: Trea.

Real Academia Española (2012). *Diccionario de la lengua española*. 22.ª ed. España. <http://www.rae.es>. Consultado: 25 mayo de 2012.

SANCHO, AMPARO (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: OMT (Organización Mundial del Turismo), p. 392.

SUNYER, NEUS ANDREU y otros (2005). "Técnicas e instrumentos para el análisis territorial. Cap. II", en ANTÓN CLAVÉ, SALVADOR y otros. *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: UOC.

TAVARES, JEAN; NEVES, OTAVIANO y VIEIRA JUNIOR, JONAS (2010). "La atractividad turística de Belo Horizonte según la percepción de sus habitantes", en *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Buenos Aires, vol. 19, n.º 6. <<http://www.scielo.org>

.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000600011&lng=pt&nrm=iso>. Consultado en: 11 junio de 2011.

TELLA, GUILLERMO y POTOCKO, ALEJANDRA (2009). "La gestión del patrimonio: los desafíos del gobierno local para capitalizar intereses en pugna", en *Mercado y Empresas para Servicios Públicos*, año XVII, n.º 57. Buenos Aires, pp. 36-49.

TRESSERRAS, JORDI (2006). "Gestión pública privada del turismo cultural y el desarrollo comunitario", en *VIII Congreso Nacional de Turismo – II Congreso Internacional de Investigación Turística*. Monterrey (México). http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/13173/1/VIII_CNIT_JORDI_TRESERRAS.pdf. Consultado en: 07 mayo de 2011.

UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) y PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) (1977). "Coloquio sobre la preservación de los centros históricos ante el crecimiento de las ciudades contemporáneas". Quito (Ecuador). <http://icomoschile.blogspot.com/2007/09/carta-de-quito-1977.html> Consultado: 11 julio de 2011.

VALLS, JOSEP (1996). *Las claves del mercado turístico*. Bilbao (España): Deusto Turismo.

VIÑUALES, GRACIELA y ZINGONI, JOSÉ MARÍA (1990). *Patrimonio urbano y arquitectónico de Bahía Blanca*. Bahía Blanca: La Nueva Provincia.

WAISMAN, MARINA (1993). *El interior de la historia*. Bogotá: Escala, p. 141.

ZINGONI, JOSÉ MARÍA (1992). *Inventario del patrimonio arquitectónico y urbano del Partido de Bahía Blanca*. Bahía Blanca: Municipalidad de Bahía Blanca e Instituto Argentino de Investigaciones de Historia de la Arquitectura y del Urbanismo.

ZINGONI, JOSÉ MARÍA (2010). *Arquitectura ferroviaria en Bahía Blanca, 1880-1930*. Bahía Blanca: EdiUNS.

Anexo: modelo de ficha de relevamiento de recursos turístico- recreativos

<i>Inventario de Recursos Turístico-recreativos Centro Histórico de Bahía Blanca</i>			<i>Ficha N°</i>
Nombre del recurso turístico-recreativo			
Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Ubicación			
Partido	(espacio para croquis)		
Ciudad			
Dirección			
Accesibilidad física			
Características/ descripción: valores históricos, arquitectónicos, paisajísticos y otros datos particulares de interés			Año de construcción
Uso original		Uso actual	
Estado			
Bueno	Regular	Malo	
Fotografías			
Observaciones			
Bibliografía- fuentes			
Relevamiento	Fecha		
	Responsable		

Fuente: Modelo adaptado con base en la Organización de Estados Americanos (1978) y FERRARIO (1979).