

# Creatividad e interpretación del patrimonio en la gestión social del territorio

**Noemí Josefina Gutiérrez**

[noemijosefinagutierrez@gmail.com](mailto:noemijosefinagutierrez@gmail.com)

**María Florencia Roma Montecino**

[florencia.roma@hotmail.com.ar](mailto:florencia.roma@hotmail.com.ar)

**Facundo Luis Rosati**

[facundorosati@hotmail.com](mailto:facundorosati@hotmail.com)

**María Graciela Maragliano**

[maragliano@smandes.com.ar](mailto:maragliano@smandes.com.ar)

Integrantes del Centro de Estudios en Turismo, Recreación e Interpretación del Patrimonio (CETRIP). Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Argentina.

[cetripunco@gmail.com](mailto:cetripunco@gmail.com)

En el desarrollo del trabajo de investigación "*La interpretación del patrimonio (IP) para la gestión social del territorio en el turismo y la recreación*"<sup>1</sup>, surgió el siguiente interrogante: *¿La interpretación del patrimonio propiciaría de forma creativa la solución de problemas socio-económicos, políticos, ambientales, culturales del territorio –íntimamente relacionados entre sí–?*

Retomando lo planteado por Weisberg<sup>2</sup> (1987), en materia de creatividad desde la psicología cognitiva, se observó la posibilidad de que la interpretación del patrimonio, como disciplina del turismo, ponga en marcha los procesos creativos para la gestión social del territorio.

A partir de la indagación documental, de diversos autores y de los trabajos de campo, se puede deducir una relación entre la solución a los problemas que plantea la interpretación del patrimonio y la solución de problemas que pone en juego la creatividad desde las teorías cognitivas en materia de psicología.

Weisberg aborda la creatividad desde el punto de vista de aquella construcción gradual y procesual que posee una fuerte carga en relación a la experiencia ya vivida. Plantea que *"...la creatividad se contempla como una actividad resultante de procesos de pensamientos ordinarios, de*

*individuos ordinarios..."* (Weisberg, 1987). Esto lleva a la desmitificación del **genio creador**. Este planteamiento permite deducir que cualquier actor social que se vincule al territorio de diversas maneras aporta a la solución creativa de los problemas del territorio.

El pensamiento creativo ataca el problema desde un nuevo ángulo, implicando la flexibilidad del pensamiento, y es ahí donde la interpretación del patrimonio se pone en juego, pudiendo ser manifestado durante el desarrollo de una visita guiada.

Analizando lo propuesto por Weisberg sobre la importancia de las experiencias previas de las personas y lo planteado por Pierre Bourdieu en relación al *habitus* en el que el sujeto está inmerso, se puede inferir que desde la interpretación del patrimonio como herramienta de gestión del turismo y la recreación, se configura el territorio, propiciando formas y espacios de participación social en materia de gestión.

Cuando se habla de gestión social, se hace referencia al desarrollo humano, entendido como desarrollo endógeno (Madoery, 2008 pp. 18-19), donde los actores sociales son los promotores de acciones y soluciones desde las propias identidades territoriales, transversales y democráticas, y en el cual tiene en cuenta a la actividad turística como un eje multidisciplinar y participativo. Desde esta mirada, el desarrollo social se prioriza y, consecuentemente, se logra un desarrollo económico. Se rompe así con la mirada economicista del turismo, entendida solo desde estadísticas de ingresos económicos y flujos de turistas, privilegiando aquellos factores que están interrelacionados al desarrollo social, destacando la comunidad donde lo local se articula con el territorio en sus diversos planos, histórico, cultural, simbólico y productivo.

<sup>1</sup> Proyecto T048. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. Período: 2014-2017.

<sup>2</sup> Weisberg, R. (1987). *Creatividad: El genio y otros mitos*. Barcelona: Editorial Labor.

Así, la interpretación del patrimonio como práctica transformadora del espacio territorial, favorece la idea de turismo como un fenómeno sociocultural complejo, tratando de incorporar en el *habitus* del sujeto, para luego generar en conjunto las soluciones necesarias a las diferentes problemáticas o intereses en la gestión de su territorio como espacio vivido y compartido, a través de una gestión participativa, concebida como un desarrollo endógeno responsable y visible.

En este nuevo escenario, donde los “territorios locales” adquieren un mayor rol protagónico como ámbitos específicos de desarrollo, Guitelman (1997) plantea cómo los destinos turísticos deben ir construyendo su propia identidad a partir de la propia comunidad y los lazos que establece con los visitantes. En este sentido, plantea tres dimensiones, la afectiva, la relacional y la humana, y es allí donde la creatividad tiene que estar puesta en esa construcción que abarca la cultura de la hospitalidad.

La creatividad es una fuerza transformadora y productiva que se manifiesta en la vida cotidiana, en la diversidad de las pautas de interacción y actividades sociales. La actitud transformadora no es un hábito, es una postura ante la vida. El hábito solo produce costumbres mecánicas, repetitivas. El despertar creativo es admiración y transformación del entorno; es recuperar al individuo como creador. La creatividad es una condición necesaria para el desarrollo de lo humano en general.

Desde esta perspectiva transformadora, y entendiendo a la interpretación del patrimonio como generadora de oportunidades para la creatividad, surge la necesidad de confrontar las prácticas turísticas para la gestión social del territorio.

Citando el pensamiento planteado por Lilia Zizumbo Villarreal (1998) “...la alienación de la práctica turística se produce dentro de la vida cotidiana de los individuos, y que, como toda práctica, se manifiesta en el mundo de los objetos, usos y lenguaje que se han desplegado para fomentarla y orientarla”. Es, según la autora, “...en el mundo de los usos donde detectamos el peso ideológico de aquello que nos marca como turistas de tal o cual tipo”. Señala que “...solo a partir de la individualidad, el turismo pasará a ser una práctica creativa y recreativa, que humanice al individuo y no lo enajene”.

Se puede inferir que las prácticas creativas y recreativas serían los contextos adecuados para una gestión social del territorio que priorice a la sociedad y las personas que la integran, desde sus propias experiencias y condiciones, haciendo hincapié en la posibilidad transformadora de la

experiencia turística/recreativa y la relación que se establece con los visitantes.

La interpretación de patrimonio sería una posibilidad para la creatividad, asumiendo que los objetivos de interpretación planteados por John Veverka, de conocimiento, emocionales y actitudinales, se hacen propios a partir de la experiencia directa con el territorio y sus gestores sociales, vivencias interpersonales y grupales únicas e irrepetibles.

En este sentido, ver a la creatividad como algo individual es un mito según Csikszentmihalyi (1998). Este autor plantea que “la creatividad es algo que se produce, no dentro de la cabeza de una persona, sino en la interacción entre los pensamientos de una persona y un contexto socio cultural”. Es decir, dentro de un sistema, al que nosotros llamaríamos territorio.

Por lo tanto, se puede decir que la creatividad es grupal (Paulus & Nijstad, 2003), de manera que, se visualiza la posibilidad de que un grupo genere acciones creativas. Siguiendo estas premisas, y entendiendo el sentido grupal de las acciones creativas, las prácticas turísticas/recreativas donde se trabajaban los principios de la interpretación del patrimonio, ponen de manifiesto la posibilidad de un nuevo enfoque para la gestión social del patrimonio.

Por su parte, Weisberg carga el énfasis en la dependencia de los actos creativos respecto de la experiencia previa y en la gradual evolución de una respuesta creativa basada en la experiencia pasada. No han de darse grandes saltos de la intuición, sean conscientes o inconscientes. Por el contrario, la acción creadora es lenta y progresiva, o “incremental”, como se dirá en su libro: en ella, la forma habitual de tratar un problema va evolucionando gradualmente hasta convertirse en algo nuevo.

El proceso de gestión social, implica el desarrollo secuencial “conocer-actuar-transformar”. Hay que tener en cuenta que se trata de una forma de intervención, al sensibilizar a la población sobre sus propios problemas, profundizar en el análisis de su propia situación, organizar y movilizar a los participantes.

La participación profundiza y facilita la articulación social. Puede posibilitar el cambio si se aborda desde las relaciones sociales y la construcción colectiva de propuestas innovadoras. La participación introduce las perspectivas de los diferentes actores sociales en el ámbito de la intervención y permite orientar y gestionar de forma complementaria aquellos procesos que han identificado los intereses de los distintos actores sociales.

Finalmente, la participación permite alcanzar u obtener el mayor consenso posible, público/privado/comunidad, a través de distintos procesos abiertos de consulta y debate.

Es así como la gestión social de un territorio establece lazos entre el visitante, el residente y los bienes de ese lugar, propiciando que la realidad cotidiana del sujeto sea proclive para la creación de soluciones creativas a los problemas que atañen al territorio.

Entendiendo al turismo como una actividad social compleja, donde la interpretación del patrimonio proporcionaría el marco para las actividades turísticas/recreativas, se enmarcaría así la realidad donde el patrimonio debe ser conservado por su significado y no por su valor de cambio, dando un paso hacia la solución creativa a los problemas del deterioro y pérdida de los bienes del territorio, que contemple las dimensiones afectivas, relacionales y humanas. Para que esto sea posible es necesario que confluyan diversos actores sociales en pos de la gestión social del territorio, como la creación de políticas públicas que propicien la participación de la comunidad.

## Referencias bibliográficas

- Csikszentmihalyi, M. (1998). *Creatividad: el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. España. Paidós.
- Guitelman, Jorge (1997). *Los Artesanos del Trato. Nuevos trabajadores del Turismo*. Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires. La Plata.
- Gutiérrez Brito, Jesús (2007). *La investigación social del turismo*. Thompson. Madrid, España.
- Ham, Sam (2014). *Interpretación – Para marcar la diferencia intencionadamente*. Asociación para la interpretación del patrimonio. España.
- Madoery, Óscar (2008). *Otro desarrollo. El cambio desde las ciudades y regiones*. UNSAM Edita. Argentina.
- Paulus, P. B., & Nijstad, B. A. (Eds.). (2003). *Group creativity: Innovation through collaboration*. New York, NY: Oxford University Press.
- Veverka, J.A. (1994). *Interpretive Master Planning*. Helena, Montana: Falcon Press Publishing Co.
- Weisberg, Robert (1987). *Creatividad: El genio y otros mitos*. Barcelona: Labor.
- Zizumbo Villerreal, Lilia (1998). *Turismo y vida Cotidiana*. Facultad de Turismo. Universidad Autónoma del Estado de México.