

MAIPÚ: PATRIMONIO, VIÑEDOS, OLIVOS, ATRACCIÓN DE LOS TURISTAS QUE VISITAN ESTAS TIERRAS

Wilde, Sonia Virginia

Licenciada en Turismo - Facultad de Filosofía y Letras

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO

soniawilde@hotmail.com

Resumen

En la actualidad, es reconocido el interés que presentan los turistas por los atractivos excepcionales presentes en el turismo cultural. Estos necesitan y gustan de vivenciar de los ámbitos naturales, la cultura y el entorno social del lugar elegido.

De este modo, las más diversas manifestaciones de la historia, la cultura o la identidad se convierten en atractivos para los turistas, en tanto definidos como diferentes y propios de ese (otro) lugar. Conocer el patrimonio arquitectónico o cultural del lugar, recorrer los ámbitos de vida cotidiana al tiempo que se disfruta de servicios sofisticados, introducirse en el conocimiento de su historia o realizar prácticas cotidianas junto con los habitantes, se encuentran entre las actividades que los turistas llevan a cabo y que valoran como satisfactorias en relación a sus expectativas.

Es por eso que el patrimonio ocupa un lugar muy importante en el desarrollo del turismo.

El patrimonio en el Departamento de Maipú no se encontrará sólo presente en sus monumentos históricos, sino también, en la intervención de los inmigrantes que llegaron a estas tierras, en la vid, el olivo, el agua, las montañas.

A través de este trabajo se hará referencia al patrimonio cultural, histórico y natural del Departamento de Maipú y se intentará explicar cómo su uso adecuado puede hacer de éste, un destino atractivo y sostenible en el tiempo.

Palabras clave: turismo cultural – patrimonio – destino turístico

Introducción

En la actualidad, es reconocido el interés que presentan los viajeros por los atractivos excepcionales presentes en el turismo. Estos necesitan y gustan de vivenciar los ámbitos naturales, la cultura y el entorno social del lugar elegido a visitar.

De este modo, las más diversas manifestaciones de la historia, la cultura o la identidad se convierten en atractivos para los turistas en tanto definidos como diferentes y propios de ese (otro) lugar. Conocer el patrimonio arquitectónico o cultural del lugar, recorrer los ámbitos de vida cotidiana al tiempo que se disfruta de servicios sofisticados, introducirse en el conocimiento de su historia o realizar prácticas cotidianas junto con los habitantes, se encuentran entre las actividades que los turistas llevan a cabo y que valoran como satisfactorias en relación con sus expectativas.

El patrimonio presente en el desarrollo vitivinícola y olivícola, en el Departamento de Maipú, no se encontrará solo presente en sus monumentos históricos, sino también en la intervención

de los inmigrantes que llegaron a estas tierras, en la vid, en el olivo, en el agua, en las montañas. A ese patrimonio cultural, histórico y natural se hará referencia en este trabajo, intentando explicar cómo su uso adecuado puede hacer de este espacio un destino atractivo y sostenible en el tiempo.

El Turismo Enológico, Olivícola y Cultural

Según la OMT, durante décadas, la industria del turismo ha experimentado un continuo desarrollo y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento a nivel mundial.

Para Cohen, las grandes tendencias en la evolución del turismo, marcadas por la modernidad y postmodernidad, destacan la búsqueda de la autenticidad, la distinción, la fantasía y las emociones fuertes. Los turistas buscan experimentar algo extraordinario, diferente a su experiencia doméstica. La fragmentación del tiempo de ocio multiplica los viajes e incentiva la búsqueda de nuevos destinos, en los cuales se valoran no sólo los atractivos que ofrecen sino también la experiencia turística que en ellos se puede realizar y, desde ya, lo que ellas representan en la vida cotidiana de los turistas (Cohen, 2005).

Es por eso que tanto el turismo enológico como el olivícola y cultural, podrán ser enmarcados dentro de las tendencias y gustos turísticos descritos con anterioridad, ya que brindan una magnífica experiencia que acerca al turista a la elaboración del vino, del aceite de oliva, y a un patrimonio presente en una naturaleza domada por la mano del hombre, que supo transformar un desierto en un oasis.

El Enoturismo o turismo enológico y el turismo olivícola, son aquellos tipos de turismo dedicados a potenciar y gestionar la riqueza vitivinícola y olivícola de una determinada zona. Se relacionan muy estrechamente con el turismo gastronómico, cultural, y de la salud-belleza. Los turistas podrán conocer las zonas vitivinícolas y olivícolas visitadas a través de la degustación de sus vinos y aceites de oliva, de la visita a bodegas, realizando recorridos por los viñedos y montes de olivo, visitando almazaras y fábricas de aceitunas para consumo en fresco y disfrutando de comidas en restaurantes de la zona regadas por excelentes vinos y aceites de oliva de altísima calidad.

Con la recuperación de la economía, (después del año 2002), numerosas inversiones, muchas de las cuales provenientes del exterior, se inyectaron en la industria vitivinícola, dando como resultado la creación de importantes y modernas bodegas. De la mano de esas inversiones llegó a Mendoza el turismo enológico, ayudando así a impulsar la alicaída economía provincial, brindando importantes oportunidades y alternativas de negocio y al mismo tiempo contribuyendo a generar imagen de marca y de fidelización del visitante con los valores, principios y productos de una bodega.

En cuanto al turismo olivícola, si bien no ha tenido un desarrollo significativo en la Provincia, en Maipú son numerosas las almazaras y fábricas de aceitunas en fresco que se han

transformado para recibir al turista en sus instalaciones, mostrando desde los antiguos métodos utilizados en la extracción de aceite, hasta la última tecnología adquirida para dicha elaboración. Entidades como Fundación Seminaré se encuentran en estos momentos dedicadas por entero a la difusión del turismo olivícola en la provincia de Mendoza.

En cuanto al turismo cultural, es una de las actividades turísticas que más se destaca en el mercado en los últimos años. La necesidad de adquirir conocimientos de otras culturas nace del alto nivel educativo que ha adquirido la sociedad, encontramos así, individuos interesadas en conocer y experimentar algo especial, con contenido cultural, simbólico, espiritual o histórico, distinto de la oferta turística masiva.

No es fácil definir el concepto de turismo cultural, ya que todo turista en algún momento de su visita, ya sea en forma inconsciente o no, consume productos culturales en sus diferentes formas, como comidas típicas o disfrutar y conocer la historia de un pueblo.

En materia turística, el patrimonio pasa de ser un recurso, a convertirse en un producto capaz de generar riqueza y empleo, aunque es necesario poner atención en su conservación y mantenimiento, así como garantizar el disfrute del mismo a la propia población residente.

En la actualidad los individuos eligen cada vez más realizar viajes cortos y más frecuentes, es por eso que este tipo de oferta turística resulta atrayente para los nuevos viajeros. Éstos buscan concentrar actividades en un mismo lugar para poder realizar la mayor cantidad posible.

Fincas, viñedos, chacras y granjas, presentes en Maipú, posibilitan descubrir y disfrutar al visitante de las más diversas manifestaciones culturales que denotan la idiosincrasia del pueblo que nació y creció gracias a la inmigración.

Por último, el patrimonio histórico, cultural y natural de Maipú le dará el marco ideal para que todos los turistas que visiten el Departamento, puedan recorrerlo y disfrutarlo con todos los sentidos.

El turismo, elección de destinos. Maipú

Según Bertonecello, las nuevas modalidades de turismo se caracterizan por la multiplicación de ofertas para múltiples demandas y por lo tanto múltiples destinos y multiplicación de ofertas para un mismo destino. (Bertonecello, Turismo y Territorio: 44). Por ejemplo, el destino montaña, destino estrella para la provincia de Mendoza, podrá ser propicio para múltiples ofertas como el turismo enológico y olivícola, ya que las vides y olivos son regadas por el agua que esta provee a través de sus ríos al oasis mendocino; también podrá ser considerado el turismo cultural, ya que Maipú cuenta con vestigios de sus primeros habitantes, los Huarpes, que habitaron en el Valle de Barrancas, o por las relaciones culturales establecidas entre sus vecinos y los inmigrantes que llegaron a trabajar estas tierras.

Los gustos, las modas y las tendencias existentes en cada sociedad marcan gran parte de la demanda. Estas tendencias y modas se ven reflejadas en el aumento de la cantidad de

personas que llegan al Departamento de Maipú para conocer sobre las bodegas, almazaras, aceites de oliva y los vinos elaborados en el municipio. Éstas se alojan muchas veces en exclusivos establecimientos hoteleros y gustan visitar distintivos restaurantes

Esta exclusividad y los conocimientos que se creen necesarios para degustar un buen vino, muchas veces no son bien vistos por los ojos del turista. Esta creencia recaerá negativamente en la elección del destino ya que éstos preferirán otro atractivo o un lugar diferente a visitar antes de pensar en conocer una bodega, debido a los conocimientos que se creen necesarios para esa visita. Situación similar se puede presentar en la olivicultura.

Dicha situación podrá ser revertida si el turista que llega a Maipú puede conocer a través de sus pobladores o actores principales, la historia el pueblo que creció gracias a la llegada de los inmigrantes, del trabajo realizado por el contratista para obtener uvas y aceitunas, de la labor realizada por el tomero para repartir el agua que llega desde la montaña entre las fincas, de los conocimientos traídos por los inmigrantes y cómo estos cambiaron no solo la economía mendocina sino también una tradicional sociedad.

Para Almirón, Bertoncetto y Troncoso, entre los elementos que convocan la atención de los turistas en la actualidad se encuentran los ambientes naturales considerados poco intervenidos por el hombre, los objetos, monumentos y sitios de carácter históricos y los exponentes materiales e inmateriales de las culturas diferentes a la occidental y sus distintas manifestaciones. Mientras que los elementos patrimoniales constituyen uno de los atractivos turísticos más relevantes en la actualidad.

Pero estos elementos de interés desde el punto de vista turístico, son resultado de procesos sociales donde están en juego selecciones que orientan la definición de qué se considera patrimonio en la actualidad y qué no.

Según Prats, comprender al patrimonio de una sociedad o un grupo como una construcción social orientada a la elaboración de una versión ideológica de la identidad. Con frecuencia estas selecciones patrimoniales suelen recurrir a elementos del pasado, y serán guiadas por ideas e intereses actuales, es decir, pueden cambiar con el tiempo y también varían de acuerdo a quienes las construyan (Prats 1998)

Serán las sociedades quienes habiliten los referentes simbólicos a partir de fuentes de autoridad esenciales. Los referentes simbólicos presentes en Maipú son los olivares, los viñedos, la montaña, la bodega, almazaras, monumentos históricos e iglesias, todos ellos reconocidos por la fuente de autoridad los turistas

Los destinos y aquellos que desean ser destinos deberán ser preparados para la mirada y no para la lectura, con claves mínimas, pero precisas, el consumidor debe satisfacer su mirada cultural de conocer lo distante.

El paisaje es una función relacional no es solo una idea y será construido a través de una mirada donde distintos objetos cobran más importancia que otros.

El Departamento de Maipú

El Departamento de Maipú fue creado por decreto el 24 de julio 1858, por el entonces Gobernador Moyano. Actualmente se pueden hallar en los suburbios y en algunas áreas urbanas de Maipú, algunos trazados de calles de la época anterior a su creación, como así también hijuelas de riego, que encuentran individualizadas con el nombre de los propietarios de la zona.

El Departamento cuenta con importantes registros arqueológicos de asentamientos, especialmente en la zona de Las Barrancas, arqueólogos mendocinos han hallado vestigios de cerámicas, materiales agrícolas y funerarios que dan cuenta de la existencia Huarpe.

En cuanto al patrimonio cultural presente en el Departamento de Maipú, la preocupación por el rescate y preservación del patrimonio y la acumulación de bienes culturales muestra gran importancia en la actualidad. Una manifestación de esto lo da el gran incremento de las propuestas de constitución de lugares y objetos de patrimonio naturales, históricos y culturales elaborados por diversas instituciones que actúan en diversas escalas y que están interesados en la patrimonialización de lugares y objetos. (G, Iriart; V, Montiel, 2014)

La vitivinicultura y la olivicultura, Patrimonio cultural, natural e Inmaterial de Mendoza

La OMT ha definido al patrimonio como el conjunto conocido potencial de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas.

El Gobierno de Mendoza a través de la Secretaría de Cultura y de la Dirección de Patrimonio Cultural, se encuentra comprometido en la conservación y defensa del Patrimonio Cultural Mendocino, mediante la Ley de Patrimonio Cultural N°6034 y el Decreto Reglamentario N° 1882/09.

Para la siguiente ponencia se considerarán:

→ Técnicas artesanales, ejemplo, recolección de aceitunas mediante el sistema de vareo, extracción de aceite de oliva extra virgen por sistema de molienda y prensa, recolección de uvas en forma manual, fabricación de vinos artesanales, riego mediante canales y acequias, etc.

→ Tecnologías y manufacturas, ejemplo, la tecnología aplicada por los inmigrantes en el cultivo de la vid, el olivo, las nuevas técnicas utilizadas por estos en la fabricación de vinos y aceites.

→ Usos y costumbres, ejemplo, el trabajo del contratista y del tomero.

→ Patrimonio hidráulico e inmaterial: sistema de diques y canales, la cultura del agua, la figura del tomero.

→ Patrimonio vitivinícola e inmaterial: bodegas, viñedos, y casas patronales, la cultura del vino, la figura del cosechador.

→ Patrimonio Natural: El terruño; la Cordillera de Los Andes, centinela de las vides y los olivos que crecen a sus pies; el agua, oro blanco que baja desde los ríos, producto de nieves eternas, necesaria para el riego de viñedos y olivares.

Conclusión

Actualmente la vitivinicultura capta más del 80% de las acciones de marketing realizadas en Maipú.

Los minifundios, que poseen una extensión de una a doce hectáreas trabajados por los contratistas, van perdiendo su identidad en el tiempo frente a las grandes extensiones plantadas actualmente.

Cientos de hectáreas de montes de olivos son arrancadas cada año para construir barrios privados, debido a que los productores no obtienen ganancias.

Debido a la falta de presupuesto, los edificios declarados como patrimonio corren grandes riesgos arquitectónicos. En algunos casos, el deterioro y el abandono de estos bienes nos transmiten la idea de que no existen políticas públicas claras tendientes a su preservación.

Falta de estrategias que permitan el desarrollo del turismo desde el concepto del patrimonio.

Beneficios aportados por una buena utilización del patrimonio, que son poco percibidos por la sociedad.

Bibliografía

- **Almirón, A; Bertoncello, R; Troncoso, C.** *Turismo, Patrimonio y Territorio, Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina.* Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- **Barrado, D; Calabuig, J.** *Geografía mundial del turismo, Parte 1 El turismo y el territorio, Capítulo 1 Un fenómeno a escala mundial.* Editorial síntesis España
- **Barretto, M.** *La delicada tarea de planificar el turismo cultural: Un estudio de casos con la germanidad de la Ciudad de Blumenau, Brasil.* PASOS, Vol.1, Nº 1, Pag 41-63
- **Bertoncello, R.** *Turismo y Territorio. Otras Prácticas, Otras Miradas.* Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- **Bertoncello, R; Troncoso, C.** *La ciudad como objeto de deseo turístico. Buenos Aires y Salta como destinos turísticos La ciudad, objeto complejo.*
- **Carbonari, S.** (1999). *La Vitivinicultura mendocina: Su evolución reflejada en la arquitectura.* UNCUYO
- **Cohen, E** (2005) *Principales tendencias en el turismo contemporáneo, Política y Sociedad*, 42(1): 11-24.
- **Dragoni, S; Disparte, S; Farina, C.** (2001) *Historia de Maipú "De los Huarpes al tercer milenio"* Zeta Editores
- **Getino, O.** (2009) *Turismo entre el ocio y el negocio.* Ediciones CICCUS, Argentina.
- **Hiernaux, D.** (2002). *Los nuevos imaginarios sociales y turismo sostenible.* Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- **Iriart Gabrielli G; Montiel Zamorano, V:** (2014). *La historia del departamento de Maipú (Mendoza) a través de su patrimonio cultural.*
- **Pastor, G; Torres, L; Abraham, L:** (2008). *Anverso y reverso del paisaje del vino en Mendoza.* CONICET
- **Santana, A.** (2002). *La autenticidad y el patrimonio cultural para el consumo turístico.* Universidad de Laguna, España.
- **Vera, F.** *Análisis territorial del turismo.* Editorial Ariel. Barcelona

Páginas Web consultadas

- Maipú Cuna del Vino y del Olivo. En <http://www.maipucunadelvino.com/rural/> Bodegas de Argentina. En <http://www.bodegasdeargentina.org/quienes.php>
- ¿Por qué el Turismo? El turismo: un fenómeno económico y social. En <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>