

ISBN: 978-950-34-2351-6

27, 28 y 29
de septiembre
2023

La Plata, Buenos Aires, Argentina



LIBRO DE RESÚMENES

COMPILADORES

Luciana B. Renzella

Ana Clara Rucci

Maira Espósito



XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



CONDET

70
AÑOS
FCEUNLP

Libro de Resúmenes
XI Simposio Internacional, XVII
Jornadas de Investigación Acción en
Turismo – CONDET 2023

La Plata, 27, 28 y 29 de septiembre de 2023

Luciana B. Renzella
Ana Clara Rucci
Maira Esposito
Compiladores

Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata

Septiembre 2023

Libro de resúmenes del XI Simposio Internacional y XVII Jornadas de Investigación :
Acción en Turismo CONDET 2023 Turismo, oportunidades, contribuciones y
desafíos ante la diversidad / Yazmín Abraham ... [et al.] ; compilación de Luciana
Renzella ; Maira Espósito ; coordinación general de Ana Clara Rucci ; prólogo de
Ana Clara Rucci ; María Alejandra Pereyra. - 1a ed compendiada. - La Plata :
Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas, 2023.
Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga
ISBN 978-950-34-2351-6

1. Sociedades. 2. Ciencias Sociales. I. Abraham, Yazmín. II. Renzella, Luciana, comp.
III. Espósito, Maira, comp. IV. Rucci, Ana Clara, coord. V. Pereyra, María Alejandra,
prolog.
CDD 306.4819



Esta obra se distribuye bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución
No Comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

AUTORIDADES

Universidad Nacional de La Plata

Presidente: Martín Aníbal López Armengol

Vicepresidente de Área Académica: Fernando Tauber

Vicepresidenta Institucional: Andrea Mariana Varela

Secretario de Asuntos Académicos: Aníbal Viguera

Secretario de Ciencia y Técnica: Nicolás Rendtorff

Secretario de Extensión Universitaria: Sebastián Palma

Facultad de Ciencias Económicas

Decano: Eduardo Andrés De Giusti

Vicedecana: Marina Dolores Gómez Scavino

Secretaria de Asuntos Académicos: María de la Paz Colombo

Secretario de Posgrado: Aníbal Alberto Cueto

Secretario de Investigación y Transferencia: Hugo Armando Collacciani

Secretaria de Extensión Universitaria: Carla Maroscia

Directora del Departamento de Turismo: María Alejandra Pereyra

Directora del Instituto de Investigaciones en Turismo: Ana Clara Rucci

AUTORIDADES CONDET

Presidente:

Gabriel Koremblit Pellegrini - Director Instituto de Desarrollo Económico e Innovación.
Universidad Nacional de Tierra del Fuego

Vicepresidente:

Carlos Espinosa- Decano Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue

Consejeros:

Ricardo Serra, Universidad Nacional de Avellaneda

Marcelo Paz, Universidad Nacional de General San Martín

Paula Mabel Diez, Universidad Nacional de la Patagonia Austral

Eduardo Gabriel De Giusti, Universidad Nacional de La Plata

Esther Castro, Universidad Nacional de Mar del Plata

Julieta Andueza, Universidad Nacional de Misiones

Marlene Pedetti, Universidad Nacional de Quilmes

Martin Civitares, Universidad Nacional de Río Negro

Myriam Arraba, Universidad Nacional de San Juan

Gabriel Tognelli, Universidad Nacional de San Luis

Hernán Quesada, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

Mónica Blanco, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Carlos Espinosa, Universidad Nacional del Comahue

Federico Veirave, Universidad Nacional del Nordeste

Cecilia Rodríguez, Universidad Nacional del Sur

Gustavo Marini, Universidad Nacional de Rosario

Leonardo Altieri, Universidad Provincial de Ezeiza

Susana Laura Vidoz, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco

Miriam Azcurra, Universidad Nacional de La Rioja

Comisiones:

Comisión de Investigación: Universidad Nacional de Mar del Plata

Comisión de Asuntos Académicos: Universidad Nacional de Avellaneda

Comisión de Extensión: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Bs. As.

COMITÉ ORGANIZADOR

María Alejandra Pereyra – Departamento de Turismo, FCE – UNLP

Ana Clara Rucci – Instituto de Investigaciones en Turismo, FCE – UNLP

Virginia Sahores Avalís – Hotel AMAU, Hotel escuela de la UNLP

Agustina Romero – Instituto de Investigaciones en Turismo, FCE – UNLP

Agustín Lopetegui – Departamento de Turismo, FCE - UNLP

Luciana Renzella – Departamento de Turismo, FCE - UNLP

Diego Barrios – Hotel AMAU, Hotel escuela de la UNLP

Josefina Mallo – Instituto de Investigaciones en Turismo, FCE – UNLP

Silvina Gomez – Instituto de Investigaciones en Turismo, FCE – UNLP

Aluminé Gorgone Pampin – Instituto de Investigaciones en Turismo, FCE – UNLP

Gloria Molinari – Instituto de Investigaciones en Turismo, FCE – UNLP

Fabrizio Gliemmo Mansanta – Instituto de Investigaciones en Turismo, FCE – UNLP

DECLARACIONES DE INTERÉS

Declarado de interés turístico por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

Declarado de interés turístico provincial por la Subsecretaría de Turismo del Ministerio de Producción, Ciencia e Innovación Tecnológica de la Provincia de Buenos Aires.

Declarado de interés legislativo por la Honorable Cámara de Senadores de la Provincia de Buenos Aires

Declarado de interés municipal por el Concejo Deliberante de la Municipalidad de La Plata

Declarado de interés profesional por el Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia de Buenos Aires

AUSPICIANTES

Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

Agencia Nacional de Promoción de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación (FONCyT)

Cámara Argentina de Turismo (CAT)

Asociación de Hoteles de Turismo (AHT)

Federación Argentina de Asociaciones de empresas de viajes y turismo (FAEVYT)

Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia de Buenos Aires (CPT)

Ente Municipal para la Actividad Turística – La Plata (EMATUR)

Asociación Nacional de Estudiantes de Turismo (ANET)

Fundación Ciudad de La Plata

Institutos Ciudades del Futuro

Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)

PRÓLOGO

El XI Simposio Internacional y XVII Jornadas de Investigación – Acción en Turismo CONDET 2023 organizado desde la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata y llevado a cabo durante los días 27 a 29 de septiembre de 2023. Es un evento que busca la generación de un intercambio de ideas entre docentes, investigadores, planificadores y gestores a fin de producir resultados y debatir el estado de avance del área de conocimiento que constituye el turismo.

Este evento fue organizado en conjunto entre el Departamento de Turismo y el Instituto de Investigaciones en Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas, y el Hotel Escuela AMAU, de la Universidad Nacional de La Plata.

Durante los tres días de duración del evento, se brindaron diversas conferencias y charlas de expertos y oradores de renombre nacionales e internacionales que buscaron involucrar a toda la comunidad académica y de gestión pública del turismo en diferentes aspectos. Las conferencias contaron con intérpretes de Lengua de Señas.

En relación a las conferencias, el primer día se llevó a cabo la conferencia inaugural denominada "**La 4ta revolución industrial y la sociedad digital: los retos del turismo**", a cargo del Dr. César Dachary y la Dra. Arnaiz Burne (Universidad de Guadalajara, México). En el segundo día se brindó la conferencia magistral "**Transición digital y ecológica en los destinos turísticos españoles: procesos y retos**" a cargo del catedrático español, Dr. Femenia Serra (Universidad Complutense de Madrid). El tercer y último día, se desarrolló el panel de cierre denominado "**Tensiones y desafíos del turismo frente a la diversidad. Perspectivas críticas sobre ruralidad, pueblos originarios y biodiversidad**" brindada por Marina Guastavino (UBA - INTA), Cecilia Benedetti (UBA - CONICET), Matilde Encabo (GRyTeC - UNCOMA), con la moderación de Claudia Troncoso (UBA - CONICET).

Con respecto a las charlas, referentes del Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, brindaron charlas asociadas a las temáticas de formación y empleo en turismo, presentación de datos, calidad turística y turismo de naturaleza. Las áreas participantes de dicho organismo fueron: Subsecretaría de Calidad, Accesibilidad y Sustentabilidad del turismo nacional con la presencia de su Subsecretaría Lic. María Inés Albergucci; Dirección Nacional de Mercados y Estadísticas con la representación de Juan Gabriel Juara; Dirección Nacional de Calidad e Innovación turística con la presencia de su Director Ing. Hernán Roitman; y la Subsecretaría de Desarrollo Estratégico representada por Andrés Calla y Ezequiel Cohn.

También se contó con la participación y charlas brindadas por el Instituto Ciudades del Futuro, la Asociación Nacional de Estudiantes de Turismo y el Colegio de Profesionales en Turismo de la Provincia de Buenos Aires. La participación del sector académico, el

sector público, asociaciones y organizaciones sin fines de lucro buscan fomentar y establecer relaciones que constituyan un intercambio beneficioso para las Unidades Académicas y Colegios de Graduados. A su vez, permite el análisis permanente de los problemas que hacen a la formación académica y capacitación del graduado en Turismo, al poner en un mismo espacio todas las voces involucradas.

En cuanto a la asistencia y participación de ponentes, se contó con la inscripción inicial de 176 trabajos de investigación, experiencias de extensión y de docencia, pósters y experiencias laborales, de los cuales 140 fueron aceptados y pasaron a la instancia de exposición. Esto propició el fomento del intercambio de experiencias y actividades conjuntas en el terreno de la docencia, la investigación y la extensión Universitaria. Los mismos fueron enmarcados en 15 Mesas de Trabajo y 7 Ejes temáticos (Turismo, Políticas y Desarrollo; Turismo y Sociedad; Turismo, Organizaciones y Servicios; Turismo, Territorio y Patrimonio; Turismo y Educación; Turismo y Conocimiento Científico; y Turismo y Transformación digital). La modalidad de Mesas de Trabajo fue incorporada en esta edición del CONDET, buscando que aquellos especialistas en temáticas puntuales dentro de la comunidad académica pudieran generar un espacio específico de discusión en su temática. Se presentaron originalmente 16 mesas de trabajo, de las cuales 15 tuvieron su espacio de presentación durante el evento. Las mismas abordaban temáticas diversas, desde valorización de espacios naturales y rurales, heterodoxias turísticas, nuevas modalidades y prácticas de la actividad, historia del turismo, modelo de gestión sostenible, miradas antropológicas y experiencias asociativas de base comunitaria.

También se presentaron experiencias laborales de profesionales en turismo en formato video, y se realizó una exposición de los trabajos enviados en formato póster.

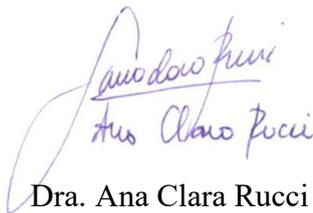
En cuanto a la asistencia, contamos con la presencia de 160 ponentes investigadores provenientes de Universidades Nacionales de todo el país, de Universidades de países vecinos como Chile y Brasil, y de Universidades de otros países como México, España, Portugal y Suiza, lo que brindó una perspectiva internacional al evento, diversidad de experiencias y conocimientos aportados por los participantes provenientes del exterior.

En resumen, este congreso fue un evento de gran importancia en el que se presentaron numerosos trabajos y pósters, contó con la participación de un gran número de asistentes y ponentes, y abordó una variedad de temas a través de conferencias, charlas, mesas de trabajo y ejes temáticos. Además, la presencia de participantes de diferentes países resalta la internacionalización del evento.

La alta participación en el evento hizo posible nuestro propósito en relación a la importancia de difusión y conocimiento de la investigación en turismo y constituyó un espacio de intercambio entre los distintos actores públicos y privados contribuyendo así, en futuras y mejores decisiones de política. Además, se dio a conocer el Hotel Escuela

AMAU de la UNLP visibilizándolo como espacio de formación universitaria y de interacción con la comunidad.

Invitamos a leer y difundir esta compilación de libro de resúmenes del evento y esperamos volver a encontrarnos por más producción, debate crítico y difusión de un turismo, con oportunidades, contribuciones de todos los sectores y disciplinas ante el desafío de un contexto cada vez más diverso.



Ana Clara Rucci
Ana Clara Rucci

Dra. Ana Clara Rucci
Directora

Instituto de Investigaciones en Turismo
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata



Mg. Alejandra Pereyra
Directora

Departamento de Turismo
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata

TABLA DE CONTENIDO

1 EJE TURISMO, POLÍTICAS Y DESARROLLO	31
LA NATURALIZACIÓN DE LA ANOMÍA COMO PRÁCTICA CONSAGRADA EN EL SISTEMA TURÍSTICO DE MISIONES - ARGENTINA	32
Alonso María de los Ángeles, Del Valle Farías Diana Felisa, Bazila Gastón Maximiliano, Ramos Horacio Damián, Do Santos Valeria Elizabeth. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones	32
¿ES NECESARIA UNA NORMATIVA DE TURISMO EN MISIONES? PERSPECTIVAS DE LOS ACTORES DE LA ACTIVIDAD EN CONTEXTOS DE ANOMIA LEGISLATIVA	36
Simón Emilio, Fiorino Fernanda, Andueza Julieta, Paredes Silvia, Banacor Tuzinkievicz Florencia. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones.....	36
VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS RECREATIVOS DEL ESPACIO TURÍSTICO DE MIRAMAR (BUENOS AIRES, ARGENTINA)	41
Testa Joaquin, López Maria José, Bertoni Marcela, Loscalzo Brenda, Veltri Romina. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.....	41
DESARROLLO TURÍSTICO Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA CIUDAD DE ROSARIO (2011-2019)	46
Molteni Roxana M., Gómez Silvia B., Lantelme Sofía, Vaschetto Mariano, Martino Clara, Beristain Martín, De Zan Juan, Miranda María Belén. Facultad Ciencias Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario	46
LA GESTIÓN PARTICIPATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL DESTINADO A ORGANIZACIONES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO, EN EL MARCO DE LOS ODS.....	51
Alegre Mercedes, Cáceres María Natalia, Bezos Roberto, Cáceres María José. Facultad de Arte Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste	51
APORTES EN TORNO AL DISEÑO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN TURISMO EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.....	56
Córdoba María Gabriela. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Universidad Católica de La Plata.....	56
ENOTURISMO EN MENDOZA: NUEVAS MIRADAS PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL CENTRO-OESTE DE ARGENTINA	61
Bianchi Pablo, Silvestro Josemaría, López Miriam y Bordón Marisol. Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Cuyo	61
DESCIFRANDO LAS DIFERENCIAS ENTRE GENTRIFICACIÓN Y TURISTIFICACIÓN.....	66

Marenzana Natalia Lorena, Martínez María de la Paloma, Herrero José Martín, Villaverde Luis David, Wojtiuk Jessica Romina, Srur Micaela, Gallardo Daiana, Ibarra Ariana, Molina Javier, Mansilla María Luz, Danloy Stella Maris. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue	66
MAR DE LAS PAMPAS (BUENOS AIRES): CIUDAD SIN PRISA SI, CITTASLOW NO.....	72
Marenzana Natalia Lorena. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue	72
2 EJE TURISMO Y SOCIEDAD	78
IMAGINARIOS SOCIALES EN BOSQUES URBANOS DE LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA (ARGENTINA) Y SU INFLUENCIA EN LA RECREACIÓN Y EL TURISMO	79
Azcue Vigil Ignacio, Benseny Graciela. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.....	79
PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DIVERSIDAD EN EL TRANSPORTE AEROCOMERCIAL	84
García Sánchez de León Verónica. Universidad Provincial de Ezeiza	84
IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE TECNOLOGÍAS ACCESIBLES EN DESTINOS TURÍSTICOS.....	89
Rucci Ana Clara, Isoardi Alejo, Carman Natalia, Viletto Priscila. Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata	89
EL POSICIONAMIENTO DE LAS ZONAS CENTRO Y SUR DE MENDOZA EN EL ESCENARIO TURÍSTICO ARGENTINO. ACTORES, PRÁCTICAS Y OBRAS (1932-1948)	94
Palomares Bianchi Pablo. INCIHUSA, CONICET, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Cuyo.....	94
¿DE QUIÉN ES LA CHINESCA? TURISTIFICACIÓN Y APROPIACIÓN CULTURAL EN LA ZONA FUNDACIONAL DE MEXICALI, MÉXICO	99
Zamudio Vega Laura Susana, Vizcarra Romero Berenice. Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma de Baja California. Ayala Macías Elvia Guadalupe. Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología, Universidad Autónoma de Baja California.....	99
3 EJE TURISMO, ORGANIZACIONES Y SERVICIOS	104
PESCA DEPORTIVA COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN EL ÁREA NATURAL PROTEGIDA RÍO LIMAY SUPERIOR, PATAGONIA ARGENTINA	105
Arena Santiago, Gallucci Soledad, Caruso María Joselina. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur	105
RELACIÓN ENTRE LENGUA Y SERVICIO TURÍSTICO	110

Bagnoli María Alejandra, Bardach María, Palazzetti Virginia, Salvarezza Angela. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario.....	110
4 EJE TURISMO, TERRITORIO Y PATRIMONIO.....	114
TURISMO DE CRUCEROS EN USHUAIA Y SU INFLUENCIA EN EL ÁREA NATURAL PROTEGIDA PARQUE NACIONAL TIERRA DEL FUEGO COMO SITIO DE VISITA.....	115
Villegas M. Lucrecia. CONICET/APN. Cohen Carolina, Morgavi Mariana, Vereda Marisol. Instituto de Desarrollo Económico e Innovación, Universidad Nacional de Tierra del Fuego.....	115
ATRIBUTOS VALORADOS EN LOS ESPACIOS TURÍSTICOS RECREATIVOS DE MIRAMAR.....	122
Maffioni Julieta, Faginas Valeria, López Maria José, Bertoni Marcela, Manetta Matías. Grupo Economía Ecológica, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata	122
PLANIFICACIÓN DEL PAISAJE Y GESTIÓN DEL TERRITORIO Y EN EL EJE DEL RÍO SALADO. ESTRATEGIAS PROPOSITIVAS Y APORTES AL TURISMO EN ALBERTI, ROQUE PÉREZ Y 25 DE MAYO, PROVINCIA DE BUENOS AIRES	127
Aversa María. Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires.....	127
APORTES DE LA GEOGRAFÍA DEL TURISMO EN EL PROCESO DE TURISTIFICACIÓN DEL ESPACIO LITORAL DE MAR DEL PLATA	132
Benseny Graciela. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Grupo Turismo y Territorio Espacios Naturales y Culturales, Universidad Nacional de Mar del Plata	132
NOT A TYPICAL TOURIST: APROXIMACIÓN ETNOGRÁFICA AL TURISMO OSCURO EN HEBRÓN, PALESTINA	138
Castellano Llordella Neixé. Universitat de Barcelona.....	138
EXPERIENCIAS DOCENTE Y/O EXTENSIÓN	143
PROYECTAR EL PAISAJE PARA EL TURISMO Y EL DESARROLLO LOCAL	143
Varela Leandro, Pinedo Agustín. IIPAC, CONICET, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de La Plata	143
INTERVENCIÓN ARTÍSTICA EN EL PARQUE LINEAL COSTANERA CENTRO POSADAS.....	147
Maciel Aldo Daniel, De Luca Anabella, Groh Marcelo Daniel, Gutierrez Fernando. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones	147
5 EJE TURISMO Y EDUCACIÓN.....	150

LA PRODUCCIÓN Y CIRCULACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS DEL CAMPO TURÍSTICO: UN ESTUDIO SOBRE LOS DISEÑOS CURRICULARES DE LAS LICENCIATURAS EN TURISMO OFRECIDAS POR UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA PATAGONIA CON PERSPECTIVA TERRITORIAL.....	151
Jalil Mara Alejandra y Zanfardini Marina. Instituto Patagónico de Estudios en Humanidades y Ciencias Sociales, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Universidad Nacional del Comahue.....	
COMPETENCIAS CLAVE PARA LA FORMACIÓN DE GRADO EN TURISMO SUSTENTABLE DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA.....	157
Wojcik Sandra Lorena. Universidad Blas Pascal; Facultad Regional Córdoba, Universidad Tecnológica Nacional. Bermudez Gonzalo M.A. CONICET, Universidad Nacional de Córdoba.....	
LA VINCULACIÓN ENTRE LOS ALCANCES PROFESIONALES DEL LICENCIADO EN TURISMO Y EL MERCADO LABORAL. CASO DE ESTUDIO: AGENCIAS DE VIAJES.....	161
Renzella Luciana Belén, Viletto Priscila. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata	
RELATO DE EXPERIÊNCIA: A INICIAÇÃO CIENTÍFICA DURANTE A GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO	166
Reis da Silva Natalya, Martins Ghirotti Gabryela. Instituto Federal de São Paulo. Ribeiro de Oliveira Rodrigo. Instituto Federal de São Paulo e Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Soares dos Santos Batista Sueli. Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza	
EXPERIENCIAS DOCENTE Y/O EXTENSIÓN	172
BUENAS PRÁCTICAS DOCENTES EN FORMACIÓN PROFESIONAL: FORMAR PARA EL MUNDO DEL TRABAJO. DESAFÍOS Y PRÁCTICAS	172
Efron Graciela, Ojeda Verónica, Pallante Cecilia. Escuela de Hotelería y Gastronomía, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata	
HACIA LA INTEGRACIÓN DE DOCENCIA Y EXTENSIÓN EN INGLÉS PARA TURISMO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS (FCH) DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (UNICEN)	175
Gandur Analía Mariela, Blanchiman Mayra Giselle y Holgado Rocío. Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires	
ESTRATEGIAS PARA LA ENSEÑANZA DE TURISMO EN NIVEL SECUNDARIO TÉCNICO. CASO: TECNICATURA EN SERVICIOS TURÍSTICOS	179
Roldán Melisa, Figone Gimena, Marozzi Carla. E.E.S.T Nº7 “Laura Rosende Mitre de Mendonça”	

LA ENSEÑANZA DE LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO. ESTRATEGIAS FORMATIVAS Y ACOMPAÑAMIENTO DOCENTE EN LA MODALIDAD PRESENCIAL Y EN LÍNEA.....	183
Paoletti María Itatí E. Wojcik Sandra Lorena. Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba.....	183
ANFITRIONES TURÍSTICOS UNR: ESPACIO PÚBLICO Y CIUDADANÍA UNIVERSITARIA. POSTALES DE UN RECORRIDO	188
Voras Claudia, Levalle María, Perotti Sofia. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario.....	188
PRACTICAS PRE PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE TURISMO EN EL CAMPO LABORAL: PROGRAMA EMPLEO JOVEN.....	191
Azcurra Miriam, Guzmán Lorena. Universidad Nacional de La Rioja	191
FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO LOCAL EN LA LOCALIDAD DE GÓMEZ. PCIA. DE BS.AS. CONTADO POR SUS PROTAGONISTAS, RESIDENTES Y ALUMNOS.....	194
Molinari Gloria, Alfonso Alejandra, Scaramellini Nora. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata	194
VINCULANDO LAZOS A TRAVÉS DE LA UNNE: RESOLUCIÓN CD N°237/22 FADYCC.....	199
Kennedy María Griselda, Nuñez Camelino María, Bezos Roberto, Frada Noelia, Almirón Milva. Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste.....	199
RELEVAMIENTO DE CAMPO EN LOCALIDADES Y ENTIDADES SOPORTE AL GRAN PARQUE IBERÁ.....	201
Balestrini Mariana, Frada Noelia Elisa. Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste.....	201
TURISMO Y EDUCACIÓN. DEL VOLUNTARIADO UNIVERSITARIO A LAS ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN PARA LA CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA Y AMBIENTAL EN DESTINOS COSTEROS.....	205
Benseny Graciela. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Grupo Turismo y Territorio Espacios Naturales y Culturales, Universidad Nacional de Mar del Plata	205
CARLOS BEGUERIE: LA CONTRIBUCIÓN DE LA UNIVERSIDAD EN EL DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE	209
Figueredo Selva, Leiva Yamila, Melián Oriana. Universidad Provincial de Ezeiza	209
LA EXTENSIÓN COMO ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE EN EL MARCO DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES I Y II (UNPSJB).....	212

Collueque Juana María, Quintana Laura Beatriz, Rossi Romina Paula. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Sede Comodoro Rivadavia	212
EL TALLER DE PRÁCTICA DE CAMPO INTEGRADA COMO ESPACIO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	214
Marenzana Natalia Lorena, Martínez María de la Paloma, Herrero José Martín, Nahuelquir Paola. Universidad Nacional del Comahue.....	214
6 EJE TURISMO Y CONOCIMIENTO CIENTÍFICO	218
EL DISEÑO REGENERATIVO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA ATRACTIVIDAD DE UN DESTINO: DELIMITACIONES ONTOLÓGICAS-EPISTÉMICAS.....	219
Abraham Yazmín, Hruby Roxana. CIDEtur, Escuela de Economía y Negocios, Universidad Nacional San Martín	219
DEPENDENCIA Y COLONIALISMO ACADÉMICO. EMERGENTES DE LOS ESTUDIOS TURÍSTICOS EN CLAVE LATINOAMERICANA	226
Moscoso Florencia, Comparato Gabriel. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata	226
7 EJE TURISMO Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	232
COMPORTAMIENTO TURÍSTICO INTELIGENTE: EVIDENCIA EN EL MERCADO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA	233
Bianchi Enrique Carlos. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba. Zanfardini Marina. Instituto Patagónico de Estudios en Humanidad y Ciencias Sociales, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue.....	233
MESA 1 VALORIZACIÓN TURÍSTICA DE ESPACIOS NATURALES Y RURALES: ACTORES, ESTRATEGIAS Y USOS	239
LA CONSTRUCCIÓN DE LA ATRACTIVIDAD DE LA ANTÁRTIDA A TRAVÉS DEL LENGUAJE PROMOCIONAL DEL TURISMO.....	240
Vereda Marisol, Morgavi Mariana, Cohen Carolina. Instituto de Desarrollo Económico e Investigación, CONICET, Universidad Nacional de Tierra Del Fuego	240
PERCEPCIONES DE LA COMUNIDAD LOCAL SOBRE EL USO TURÍSTICO DE GEORRECURSOS CULTURALES EN TIERRA DEL FUEGO	245
Schwarz Soledad, Guerrero Gallardo Grisel, Salemme Mónica, Labrone Sabrina, Coronato Andrea. Centro Austral de Investigaciones Científicas, CONICET, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur ...	245
DINÁMICAS TURÍSTICAS-RECREATIVAS Y PATRIMONIALES DE LA RESERVA NATURAL COSTERA MUNICIPAL DE BAHÍA BLANCA.....	251
Matamala Romina. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur.....	251

PROCESOS DE VALORIZACIÓN TURÍSTICA EN BAHÍA BLANCA (ARG.): LOS CASOS DEL RECURSO TERMAL Y EL RECURSO COSTERO	257
Gambarota Daniela. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur, CONICET, Universidad Nacional del Sur. Matamala Romina. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur	257
ACTORES Y ROLES EN LA VALORIZACIÓN TURÍSTICA Y AMBIENTAL DEL IBERÁ (PROVINCIA DE CORRIENTES, ARGENTINA).....	263
Mosti Patricia. Administración de Parques Nacionales. Troncoso Claudia. CONICET.....	263
EL TURISMO COMUNITARIO INDÍGENA EN EL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA. EL CASO DE SEIS INICIATIVAS LOCALIZADAS EN ÁREAS PROTEGIDAS.....	268
Machaca Cabrera Natalia. Facultad de Agronomía, Cátedra de Turismo Rural, Universidad de Buenos Aires	268
VALORACIÓN TURÍSTICA DE ESPACIOS RURALES EN LA QUEBRADA DE HUMAHUACA: EL PATRIMONIO GASTRONÓMICO COMO ESTRATEGIA.....	273
Mendez Fabio, Montenegro Monica, Beramendi Fernanda. Universidad Nacional de Jujuy	273
MULTIFUNCIONALIDAD, PLURIACTIVIDAD Y NEORRURALIDAD EN ESPACIOS RURALES Y RURURBANOS DEL PARTIDO DE CORONEL ROSALES. INICIATIVAS DE TURISMO Y RECREACIÓN	278
Ferro Jana, Haag María Isabel. Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur	278
MESA 2 LOS PATRIMONIOS EN CONTEXTOS NO METROPOLITANOS: TENSIONES, RUPTURAS, DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA.....	285
APORTES PARA LA APLICACIÓN DE INVESTIGACIONES HISTÓRICAS AL PATRIMONIO COMO RECURSO TURÍSTICO: ESTUDIO DE CASO EN LA RURALIDAD MANCHEGA.....	286
Carrizo Mercau Maria Veronica. Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad, Universidad Nacional de Cuyo.....	286
CONSERVACIÓN DEL SISTEMA DE HUMEDALES DE LOS ARROYOS LEYES Y TULUMAYA. UN ABORDAJE SOCIOCULTURAL, GEOGRÁFICO, TURÍSTICO Y POLÍTICO	292
Casanova Lilia Gabriela, Wilde Sonia Virginia, Sanchez Yesica Anabel, Cinel Hugo Gastón, Ayala Basilio Claudia Nayelin, Degele Pamela Esther, Montiel Zamorano Gloria Virginia. Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad, Universidad Nacional de Cuyo	292
GESTIÓN TURÍSTICA EN ÁREAS PERIFÉRICAS. EL PATRIMONIO DEL EXTREMO NORTE DE TIERRA DEL FUEGO.....	296

Guerrero Gallardo Grisel, Salemme Monica, Schwarz Soledad. Centro Austral de Investigaciones Científicas, CONICET, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.....	296
EXPERIENCIAS DE UTILIZACIÓN DE MÉTODOS MÓVILES APLICADOS A ESPACIOS TURÍSTICOS-PATRIMONIALES EN LA ZONA CENTRO SUR DE CHILE	301
Riquelme Brevis Hernán. Instituto Iberoamericano de Desarrollo Sostenible, Universidad Autónoma de Chile	301
REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA NATURALEZA E IMAGINARIOS TURÍSTICOS EN LA PATAGONIA CHILENA.....	304
Inostroza Villanueva Gabriel. Campus Patagonia, Universidad Austral de Chile	304
LOS ARROYOS COMO ATRACTIVOS TURÍSTICOS. EL CASO DE LA TAPERA EN MAR DEL PLATA.....	309
Padilla Noelia Aymara. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar Del Plata	309
MIGRACIÓN DE AMENIDAD Y MOVILIDADES DEL POST TURISMO: EL CASO DE PURMAMARCA (JUJUY, ARGENTINA)	314
D'Angelo Gastón Hugo, Laiño Marcela. Grupo de Investigación en Turismo, Universidad Nacional de Avellaneda.....	314
EXPERIENCIAS DOCENTE Y/O EXTENSIÓN	320
SISTEMA INTEGRADO PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA PARA EL DESTINO NAHUEL BUTA.....	320
Oyarce Ortuya Fernando, Cofre Fica Cristian, Toledo Fierro Carolina, Santander Massa Rodrigo, Stern Britzmann Alberto. Instituto Iberoamericano de Desarrollo Sostenible, Universidad Autónoma de Chile	320
MESA 3 LOS CIRCUITOS TURÍSTICOS PATRIMONIALES COMO EJES MOTIVADORES DEL TURISMO CULTURAL Y COMUNITARIO (DESDE UN ABORDAJE DE SUSTENTABILIDAD).....	323
TURISMO COMUNITARIO URBANO EN BARRIOS POPULARES DE BUENOS AIRES. INDICADORES DE CALIDAD EN LA GESTIÓN DE MICRO EMPRENDIMIENTOS: LOS CASOS DE AJAYU EN EL BARRIO MUGICA Y EL MUSEO COMUNITARIO EN LA ISLA MACIEL	324
Pedetti Marlene Roxanna, Iglesias Cristina. Universidad Nacional de Quilmes.	
Lellis-Mees Luiz Alexandre. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro	324
RÍO, VERDE Y RELIQUIAS, DISEÑO DE CIRCUITO TURÍSTICO-CULTURAL EN LUJAN (BS.AS) COMO HERRAMIENTA DE TURISMO SOSTENIBLE Y COMUNITARIO	331
Hernández María Alejandra. Universidad Nacional de Luján	331
CHASCOMÚS: TERRITORIO, IDENTIDAD Y DESARROLLO	337

Beretta Daiana B., Jensen Karina. IIPAC, CONICET, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de La Plata	337
TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS URBANAS DE LA CUENCA MEDIA DEL RÍO MATANZA-RIACHUELO. UNA PROPUESTA DE AGENDA PARA EL CASO DE LA RESERVA NATURAL E INTEGRAL MIXTA LAGUNA DE ROCHA	340
Cinalli Franco, Cano Marcela. Universidad Provincial de Ezeiza	340
EXPERIENCIA DOCENTE Y/O EXTENSIÓN	345
IDENTIFICACIÓN Y DESARROLLO PARTICIPATIVO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS CULTURALES EN LOCALIDADES DEL GRAN CORRIENTES – PROVINCIA DE CORRIENTES.....	345
Presman Inés, Bezos Roberto Javier y otros. Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste.....	345
EXPERIENCIA EN LA REVALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL, CULTURAL Y PRODUCTIVO DE PUNTA INDIO.....	350
Rossi Elisabet, Ravea Nela, Soto Solange, Taus Yamila, Molinari Gloria, Ascurra Sabrina	350
Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.....	350
MESA 4 HETERODOXIAS TURÍSTICAS: NUEVAS MODALIDADES, PRÁCTICAS Y EXPERIENCIAS DEL TURISMO EN Y DESDE LOS BORDES	353
AUSCHWITZ: MEMORIA Y SACRALIZACIÓN DEL ESPACIO	354
Dawidiuk Carlos Luciano. Universidad Nacional de Luján	354
HETERODOXIAS TURÍSTICAS Y REDEFINICIÓN DE LUGARES. APUNTES A PARTIR DE DOS EXPERIENCIAS PATAGÓNICAS.....	359
Flores Fabián, Giop Marcos. CONICET, Universidad Nacional de Luján. Carlos Cáceres. CONICET, Universidad Nacional de Luján, Universidad Nacional de San Martín.....	359
TRANSFORMACIONES DEL ESPACIO LITORAL DE PUERTO MADRYN (DESDE FINES DEL SIGLO XIX A LA ACTUALIDAD)	363
Blanco Verónica Mariela. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco	363
UN CASO DE PROMOCIÓN ESTATAL DEL TURISMO RELIGIOSO. EL CAMINO DE BROCHERO (CÓRDOBA, ARGENTINA)	367
Puglisi Rodolfo. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina.....	367
UN PANORAMA DEL TURISMO OVNI/EXTRATERRESTRE EN LA ARGENTINA	370
Flores Fabian, Giop Marcos. CONICET, Universidad Nacional de Luján	370

**MESA 5 CARRETERAS Y RUTAS TURÍSTICAS: GOBERNANZA,
SOSTENIBILIDAD Y DESARROLLO TERRITORIAL EN IBEROAMÉRICA**

..... 373

LA RUTA DE LA PLATA, ITINERARIO TURÍSTICO DEL OCCIDENTE
ESPAÑOL (GIJÓN-PUERTO DE SEVILLA POR LA N-630)..... 374

Hortelano Mínguez Luis Alfonso. Departamento de Geografía, Universidad de
Salamanca. Mansvelt Beck Jan. Universidad de Amsterdam 374

A IMAGEM DA ESTRADA NACIONAL 2: O CONTRIBUTO DO PODER
LOCAL..... 377

Frias Catarina, Ferreira Cardoso Carlos. CEGOT, Facultad de Artes y Humanidades,
Universidad de Coimbra. Guerreiro Sérgio. Nova School of Business and Economics
..... 377

A IMPORTÂNCIA DO STORYTELLING PARA A COMUNICAÇÃO DA ROTA
DA EN2: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA 382

Frias Catarina, Ferreira Cardoso Carlos. CEGOT, Facultad de Artes y Humanidades,
Universidad de Coimbra. Guerreiro Sérgio. Nova School of Business and Economics
..... 382

RUTAS Y MOVILIDADES FERROVIARIAS EN LA ZONA CENTRO-SUR DE
CHILE 387

Riquelme Brevis Hernán. Instituto Iberoamericano de Desarrollo Sostenible,
Universidad Autónoma de Chile 387

CRONOTOPÍAS DE VIAJEROS EN LA ESTRADA NACIONAL 2 (PT). REDES
SOCIALES BASADAS EN LA LOCALIZACIÓN PARA APOYAR LA
PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE RUTAS TURÍSTICAS VIALES:
FORTALEZAS Y LIMITACIONES..... 390

Ferreira Carlos. CEGOT, Facultad de Artes y Humanidades, Universidad de
Coimbra. Rocha Jorge, Encalada-Abarca Luis. Centre of Geographical Studies,
Institute of Geography and Spatial Planning, University of Lisbon..... 390

**MESA 7 ESTUDIOS TERRITORIALES EN ZONAS SERRANAS DE INTERÉS
TURÍSTICO CON ÉNFASIS EN EL ENFOQUE MULTIDIMENSIONAL..... 393**

LA VALORIZACIÓN DE ÁREAS SERRANAS Y GESTIÓN DE PROBLEMAS
AMBIENTALES COMO ABORDAJE INTEGRAL DEL TERRITORIO
TURÍSTICO. EL CASO LAVALLEJA (URUGUAY)..... 394

Gliemmo Mansanta Fabricio. Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de
Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata 394

EL DERECHO A LA CIUDAD EN LOS CENTROS TURÍSTICOS. EL CASO DE
LA VILLA DE MERLO (S.L.) 400

Leiva Julio Francisco Javier, Spinosa Castaño Aída, Bianchi Leandro Raúl, Mariño
Miguel Ángel. Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis
..... 400

¿QUÉ LUGAR OCUPA LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN TURISMO EN ARGENTINA? UN ANÁLISIS DESDE LOS ALCANCES DEL TÍTULO DE LAS CARRERAS DE GRADO....	404
Montero Pablo Nicolas. Universidad Nacional de San Luis y Universidad Nacional de La Plata.....	404
LOS SIG COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL DE LOS ESTUDIOS TURÍSTICOS.....	409
Girolimetto Daniela. Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis. Walker Elisabet. CONICET, Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas, Universidad Nacional del Litoral. Perepelizin Pablo. Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis. Tarcetano Diana. Departamento Académico Ciencias Ambientales y Producción, Universidad Nacional de Los Comechingones	409
ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS DE LAS CARRERAS DE TRAIL RUNNING EN EL MEDIO NATURAL SERRANO DE TANDIL.....	414
Maldonado Milena, Ramos Aldo, Valenzuela Silvia. Centro de Investigaciones y Estudios Ambientales, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires	414
TURISMO EN BOCA DE RÍO: PROPUESTA TURÍSTICA DE PRESERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA E INTEGRACIÓN DE RESIDENTES COMO BENEFICIARIOS.....	418
Reinoso María Pilar, Perepelizin Pablo V., Girolimetto Daniela T. Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis.....	418
¿PAISAJE ROTO? TRANSFORMACIONES TERRITORIALES, PAISAJE Y TURISMO EN USHUAIA.....	422
Barrios Diego. Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.....	422
ECOTURISMO COMUNITARIO: CRITERIOS, POTENCIALIDADES Y PERSPECTIVAS PARA OPTIMIZAR EL CO-MANEJO PARTICIPATIVO DEL PARQUE PROVINCIAL BAJO DE VÉLIZ	427
Leguizamón María Emilia, Perepelizin Pablo Victor. Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis	427
ANÁLISIS PRELIMINAR DE LOS VÍNCULOS ENTRE EL TURISMO, LA GEODIVERSIDAD Y LA BIODIVERSIDAD EN TANDILIA, COMO BASE PARA LA CREACIÓN DE UN GEOPARQUE DEL SISTEMA SERRANO	431
Arдохain Karina, Suarez Ana, Schneider Gonzalo, Ramos Aldo, Valenzuela Silvia. Centro de Investigaciones y Estudios Ambientales, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires	431
ANÁLISIS PRELIMINAR DE PRODUCTOS GEOTURISTICOS COMO ESTUDIO DE BASE PARA PROPONER UN GEOPARQUE EN TANDILIA....	435

Ramos Aldo, Valenzuela Silvia, Campo Luisina, Schneider Gonzalo, Peyran Julia.
Centro de Investigaciones y Estudios Ambientales. Facultad de Ciencias Humanas,
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires 435

**MESA 8 HISTORIA DEL TURISMO: PRÁCTICAS Y POLÍTICAS PÚBLICAS.
SIGLOS XIX Y XX..... 439**

VACACIONES PARA LOS GRÁFICOS, EL TURISMO SOCIAL EN
PERSPECTIVA SINDICAL: EL CASO DE LA UNIÓN GRÁFICA BONAERENSE
(1945-1955) 440

Cortés Ricardo, Sanchez Triana. Universidad Nacional de San Martín 440

SOBRE EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO TURÍSTICO DEL GOBIERNO
DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (1946 – 1952): EL ESTUDIO DE LA
CREACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE TURISMO Y PARQUES 446

Santovito Stefanía. Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias
Económicas, Universidad Nacional de La Plata..... 446

LAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA UN “TURISMO DE SOL Y CEMENTO”. LA
URBANIZACIÓN DE LAS PLAYAS DE PUNTA MOGOTES (MAR DEL
PLATA) EN LOS AÑOS SETENTA 451

Castellucci Daniela. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Universidad
Nacional de Mar del Plata 451

LAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS Y SU CONSTITUCIÓN HISTÓRICA. EL
FLANEUR, EL LUGAR Y LA MEMORIA..... 454

Mallo Josefina, Hernández Analía Luján. Instituto de Investigaciones en Turismo,
Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata..... 454

TURISMO y VIALIDAD. EL CASO DE TUCUMÁN (1932- 1943)..... 457

Rodríguez Buscia Carlos Martín. CIDeTur, Escuela de Economía y Negocio,
CONICET, Universidad Nacional de San Martín 457

**MESA 9 CONFLICTOS SOCIOTERRITORIALES VINCULADOS AL
TURISMO 462**

COMUNIDAD LOCAL Y PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS
SOCIOCULTURALES DEL CRECIMIENTO TURÍSTICO. USHUAIA EN
TIEMPOS DE POST-CONFINAMIENTO COVID-19 463

Cabana Jazmín, Sosa Yesica, Chenlo Sergio. Instituto de Desarrollo Económico e
Innovación, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del
Atlántico Sur..... 463

TODO ES NUEVO E IMPROVISADO FRENTE A LA ETERNA
GRANDIOSIDAD DEL PAISAJE..... 466

Barrios García Gonzalo. Instituto de Estudios en Ciencia, Tecnología, Cultura y
Desarrollo, CONICET, Universidad Nacional de Río Negro/ GEACH, Universidad
Nacional de Quilmes. Bay Gabuzzo Alhué. Instituto de Investigaciones en
Diversidad Cultural y Procesos de Cambio, CONICET, Universidad Nacional de Río

Negro. Pierucci Liliana V. Instituto de Estudios en Ciencia, Tecnología, Cultura y Desarrollo, CONICET, Universidad Nacional de Rio Negro	466
POLÍTICAS TURÍSTICAS, RECLAMOS TERRITORIALES MAPUCHE Y RACISMO EN LA PATAGONIA ARGENTINA	470
Crespo Carolina. Instituto de Ciencias Antropológicas, CONICET, Universidad de Buenos Aires	470
LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN TERRITORIOS DISPUTADOS. PERSPECTIVAS DEL LOF DOMINGO CAYUN PANICHEO ANTE EL AVANCE DEL NEOEXTRACTIVISMO EN LA CUENCA BINACIONAL DEL RÍO PUELO	473
Paolella Agustina. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue	473
EL TURISMO COMUNITARIO COMO EMERGENTE DE LA ORGANIZACIÓN CAMPESINA EN EL NOROESTE CORDOBÉS	478
Quevedo Cecilia. CONICET, Instituto de Estudios en Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba y Universidad Nacional de Villa Maria. Paz Magali Luciana. CONICET, Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba y Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba. Sosa Mailén. MCC, Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba. Belelli Eduardo. MCC, Universidad Provincial de Córdoba	478
TURISMO COMO INSTRUMENTO DE PRODUCCIÓN Y (RE) PRODUCCIÓN DE TRANSFORMACIONES TERRITORIALES.....	483
Suárez Silvana Reneé, Rodríguez Daniela, Merli Carolina, Karlau Alejandro. Instituto Patagónico de Estudios de Humanidades y Ciencias Sociales, CONICET, Universidad Nacional del Comahue	483
ABRIENDO CAMINOS Y RESCATANDO COMUNES: PRODUCTIVIDAD POLÍTICA DEL CONFLICTO EN TORNO A LA APROPIACIÓN TURÍSTICA DE PLAYA Y RESERVA EN CHAPADMALAL	488
Cacciutto Mariangel. Grupo de Investigación Turismo y Sociedad, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.....	488
MESA 10 MODELOS DE GESTIÓN SOSTENIBLE Y REGENERATIVA EN EMPRESAS Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS Y SU TRIPLE IMPACTO EN LOS ECOSISTEMAS SOCIALES	493
INNOVACIÓN SOCIAL EN ECOSISTEMAS EMPRESARIALES TURÍSTICOS ANALIZADOS CON EL MÉTODO ARS. CASO: SECTOR ALOJAMIENTO PUERTO MADRYN	494
Marcaida Betiana. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.....	494
MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES PARA ALOJAMIENTOS EN CASA DE FAMILIA, ROQUE PÉREZ	499
Cardozo Pesce Paula, Figueredo Selva, Schuster Evelyn. Universidad Provincial de Ezeiza	499

MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE EN LOS HOTELES ESCUELA DE
LATINOAMÉRICA Y SU TRIPLE IMPACTO EN ECOSISTEMAS SOCIALES 503

Salessi María Lucila, Charne Uriel, Santillán Juan Ignacio, Mena Melina, Mele Mercedes, Castronuovo Yanella, Carbone Micaela. Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.. 503

EXPERIENCIAS DE DOCENCIA Y/O EXTENSIÓN 509

PROYECTO DE EXTENSIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y TURISMO:
PROMOCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN ALOJAMIENTOS
TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE CORRIENTES 509

Puig Nestor, Bezos Roberto, Alegre Mercedes, Cáceres María Natalia, Bordón Juana, Picech Romina. Facultad de Arte Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste..... 509

**MESA 11 LA IMPORTANCIA DEL TURISMO DE NATURALEZA EN EL
NUEVO PARADIGMA DE UN TURISMO MÁS SOSTENIBLE, INCLUSIVO Y
RESILIENTE 513**

REGULACIÓN DE PRÁCTICAS TURÍSTICAS DE RIESGO EN MEDIOS
NATURALES. CASO: NORMATIVA DE LA PROVINCIA DEL NEUQUÉN... 514

Aguirre Patricia S. Universidad Nacional del Comahue..... 514

EL ECOTURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS: ENCUADRE JURÍDICO PARA
UN TURISMO SUSTENTABLE..... 519

Bordigoni Ayelen Sofia. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata..... 519

LA IMPORTANCIA DEL TURISMO NATURALEZA POST PANDEMIA EN
ARGENTINA REFLEJADO EN LA RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA MTYD
N°3/2021 522

Raimondi María Florencia. Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata 522

TURISMO RURAL: CARACTERÍSTICAS Y EL MARCO LEGAL APLICABLE
..... 525

Garobbio Carlos Ezequiel. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata..... 525

EXPERIENCIAS DE DOCENCIA Y/O EXTENSIÓN 533

TOLHUIN, RETRATOS DE UN PAISAJE ATEMPORAL..... 533

Tosti Andrea, Andrés Cecilia, Fulco Camila, Santillán Florencia, Intriago Paul. MPMAC, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de La Plata 533

LA ACTIVIDAD DE TURISMO AVENTURA Y SU SITUACIÓN ACTUAL.
ESTUDIO DE CASO: LA RIOJA..... 537

Guzman Cecilia Lorena. Universidad Nacional De La Rioja 537

MESA 12 ECONOMÍA Y GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO.....	542
THE PRESENCE OF AIRBNB OFFERS HIGH AVAILABILITY AND LOCAL REGULATIONS FOR AIRBNB.....	543
Falk Martin. University of South-Eastern Norway. Scaglione Miriam. Institute of Tourism Switzerland, HES-SO Valais-Wallis	543
ESTRUCTURA Y DINÁMICA DE LA CADENA DE VALOR TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE COLONIA CAROYA	545
Luna Laura Isabel, Perin Hernán Matías, Hissa Pepe Miguel Sebastián, Garrido Millán Ana. Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba	545
ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS TRIBUTARIAS DE LOS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES Y SU VINCULACIÓN CON EL SECTOR TURÍSTICO	550
Renzella Luciana Belén. Instituto de Investigaciones Económicas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata	550
ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA Y CALIDAD DE VIDA: RELACIONES Y MEDICIONES PARA ARGENTINA Y ESPAÑA	555
Porto Natalia, Romero Agustina. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata. Cárdenas García Pablo Juan. Universidad de Jaén, España.....	555
MESA 13 MIRADAS ANTROPOLÓGICAS SOBRE LOS PROCESOS DE TURISTIZACIÓN EN CLAVE LATINOAMERICANA: TENSIONES, ALTERIDADES Y TERRITORIOS.....	560
IDENTIDADES BARRIALES COMO ELEMENTO CONSTITUTIVO DE PROPUESTAS DE TURISMO ALTERNATIVO: EL CASO CHAPADMALAL	561
Roldán Nadia, Cacciutto Mariangel, Barbini Bernarda, Jaime Rodríguez Camila, Alix Ezequiel, Trucco Pedrini Francisco. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.....	561
RURALIDADES, NATURALEZA Y JÓVENES: REPRESENTACIONES SOBRE EL TURISMO EN LA ESCUELA CAMPESINA DE CHANCANÍ (CÓRDOBA, ARGENTINA).....	567
Catalano Barbara, Trivi Nicolás, Hissa Sebastián, Sosa Eugenia. Universidad Provincial de Córdoba.....	567
RELATOS EMBLANQUECIDOS: NARRATIVAS TURÍSTICAS DE LAS MINORÍAS ÉTNICAS EN BS. AS.....	571
Hruby Roxana, Cortés Ricardo. CIDeTur, Escuela de Economía y Negocios, Universidad Nacional de San Martín.....	571
TURISMO Y MOVIMIENTO LGBTI+: EXPLORACIÓN DE PRÁCTICAS TURÍSTICAS DE GAYS Y LESBIANAS DE LA CIUDAD DE LA PLATA	577

Casiano Rocío Ayelén. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.....	577
EL TURISMO PROMOCIONADO EN NEUQUÉN Y LA PRESENCIA/AUSENCIA DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS.....	582
Ottonello Julieta. Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.....	582
LAS NUEVAS FORMAS DEL TURISMO URBANO EN BUENOS AIRES: UNA APROXIMACIÓN A LA GASTRONOMÍA GOURMET EN BARRIOS POPULARES	585
González Bracco Mercedes. CONICET, Universidad Nacional de San Martín ...	585
DESAFÍOS EN LA INTERACCIÓN ENTRE LA ANTROPOLOGÍA Y EL TURISMO	589
Gómez Silvina, Gorgone Aluminé, Tolosa Sandra, Lacko Elisa, Perez Winter Cecilia, Benedetti Cecilia, Torres Patricia, Gómez Carolina, Guastavino Marina. Red de Investigadoras de Antropología del Turismo.....	589
MESA 14 TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL, ALIANZAS Y TENSIONES	592
LAS VISITAS GUIADAS EN MUSEOS Y CENTROS DE INTERPRETACIÓN ARQUEOLÓGICOS DE SITIO DE MENDOZA: ANÁLISIS DEL RELATO TURÍSTICO (VARIABLE ESCENIFICACIÓN).....	593
Navarro Drazich Diego. CONICET, Universidad Nacional de San Juan. De Simón Cecilia. CONICET, Universidad Nacional de San Juan. Tamiozzo Azucena B. Museo del Área Fundacional.....	593
EL PATRIMONIO TERRITORIAL COMO ATRACTIVO TURÍSTICO. CASO: CASCO VIEJO ESTANCIA SAN JORGE	596
Diez Paula Mabel, Menvielle Mónica Patricia. Universidad Nacional de la Patagonia Austral.....	596
USHUAIA COMO PUERTA DE ENTRADA A LA ANTÁRTIDA A TRAVÉS DE LA MIRADA DE LOS ACTORES LOCALES.....	601
Medina Giselle, Vereda Marisol, Salemme Mónica. Universidad Nacional de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur.....	601
LA CONSTRUCCIÓN DE LA ALTERIDAD LATINOAMERICANA EN LOS IMAGINARIOS Y DISCURSOS TURÍSTICOS: UN ABORDAJE DECOLONIAL	606
Moscoso Florencia, Del Valle Verónica. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata	606
MESA 15 GESTIÓN, MARKETING Y DIGITALIZACIÓN DEL TURISMO ..	613
MARCAS TURÍSTICAS CO-CREADAS. LA IMAGEN DE LAS ESTACIONES DE ESQUÍ LAS LEÑAS Y CATEDRAL EN EL BIGDATA	614

Sustersic Pilar, Perez Benegas Jesica. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue. Zanfardini Marina. Instituto Patagónico de Estudios en Humanidad y Ciencias Sociales, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue.....	614
FESTIVAL DEL CHEF PATAGÓNICO EDICIÓN 2022: LA EXPERIENCIA DEL VISITANTE Y LA GESTIÓN DE SU MARKETING DE CONTENIDO EN MEDIOS SOCIALES	620
Gutauskas F. Andrea, Zanfardini Marina. Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue.....	620
COMPETENCIAS INNOVADORAS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL EN EL TURISMO. UNA APROXIMACIÓN DE LAS HABILIDADES Y DESTREZAS EMERGENTES PARA POTENCIAR LA SALIDA LABORAL ...	626
Simonato Fernando, Duran Andrea, Guerri Pulido Federico. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata. Montero Pablo. Universidad Nacional de La Plata y Universidad Nacional de San Luis. Baldomar Juan. Universidad de Buenos Aires	626
EMPRESAS DE VIAJES Y TURISMO. TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA Y ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS.....	631
Tottino Laura I. Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires.....	631
OPORTUNIDADES DEL TURISMO INTELIGENTE PARA CONTRIBUIR A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	635
Diez Alberdi Ane Miren. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata/Centro de Estudios de Administración, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Izquierdo Silvia Irene, Vega Mosqueira Karen Nicole, Vicente Joaquín. Centro de Estudios en Administración, Facultad de Ciencias Económicas, CONICET, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.....	635
EXPERIENCIAS DE DOCENCIA Y/O EXTENSIÓN	641
LA PUBLICIDAD TURÍSTICA DIGITAL CON PERSPECTIVA DE GÉNERO. EXTENSIÓN UNIVERSITARIA PARA UNA COMUNICACIÓN INCLUSIVA	641
Gutauskas F. Andrea, Zanfardini Marina, Zanfardini Lucía, Gatica Walter. Facultad de Turismo, Centro Universitario Regional Zona Atlántica, Universidad Nacional del Comahue	641
CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS SOBRE MARKETING RELACIONAL Y DIGITAL PARA PERSONAS RELACIONADAS CON EL TURISMO EN CAPIOVÍ, PROVINCIA DE MISIONES.....	645
Garcete Fausto Fabián, Castells Claudia María, Dieckow Liliana María, Balustra Carlos, De Luca Anabella. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones.....	645
MESA 16 EXPERIENCIAS ASOCIATIVAS DE TURISMO DE BASE COMUNITARIA: TENSIONES Y APRENDIZAJES	648

CAPITAL SOCIAL Y TURISMO: ACTUALIZACIÓN DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN ORIENTADO AL DESARROLLO TURÍSTICO EN BASE COMUNITARIA	649
Jaime Rodríguez Camila Belén, Cacciutto Mariangel. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar Del Plata	
EL TURISMO RURAL EN URIBELARREA (PCIA.BS.AS. -ARGENTINA) Y LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS ORIENTADAS AL DESARROLLO LOCAL	655
Aguirre Pacheco Vanesa Soledad. Instituto de Humanidades y Ciencias Sociales, Centro de Investigaciones Geográficas, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata	
MODALIDADES PARTICIPATIVAS EN EL PROGRAMA PUEBLOS TURÍSTICOS: DEBATES SOBRE PARTICIPACIÓN LOCAL EN EL TURISMO COMUNITARIO A PARTIR DE UN ESTUDIO DE CASO	660
Bonanno Flavio Adrián. Centro de Investigaciones en Turismo, Universidad Provincial de Ezeiza.....	
TURISMO, TECNOLOGÍAS SOCIALES Y DESARROLLO LOCAL: LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO DE EXTENSIÓN SENDERO TURÍSTICO PRODUCTIVO EN EL PERIURBANO PLATENSE	666
Marozzi Carla. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata.....	
APORTES PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL MAPA TURÍSTICO RURAL DEL SUDESTE DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. PRIMERA PARADA: PARTIDO DE SAN CAYETANO	671
Gordziejczuk Matías Adrián, Berti Graciela María, Mikkelsen Claudia Andrea. INHUS CONICET, Grupo de Estudio sobre Población y Territorio, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata	
PRÁCTICAS COMUNITARIAS CONTEMPORÁNEAS VINCULADAS CON EL TURISMO, EN EL CONTEXTO DE CRISIS AMBIENTAL Y CLIMÁTICA. EL CASO DE LA FERIA FRANCA – VILLA DE MERLO	676
Arriola María Florencia, Leiva Julio Francisco Javier. Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis	
EXPERIENCIAS DE DOCENCIA Y/O EXTENSIÓN	680
EL DIPLOMA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA EN TURISMO Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO TERRITORIAL: ACOMPAÑANDO PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO DE TURISMO ASOCIATIVO EN EL TERRITORIO	680
Lizurek Marian, García Daniel, Díaz Claudia, Soria Anabel. Universidad Nacional de Quilmes.....	

EXPERIENCIAS DE EXTENSIÓN Y COOPERACIÓN DE TURISMO RURAL. EL CASO DEL MUNICIPIO DE SALADILLO	684
Fernández Sandra, Fránces Monica, Machaca Cabrera Natalia. Facultad de Agronomía, Cátedra de Turismo Rural, Universidad de Buenos Aires.....	
UNA EXPERIENCIA DE ELABORACIÓN DE UN MAPA INTERACTIVO TURÍSTICO-COMUNITARIO JUNTO A LOS PRODUCTORES DEL PERIURBANO PLATENSE.....	687
Gómez Silvina, Marozzi Carla, Rossi Elisabet, Molinari Gloria, Márquez Gonzalo, Mostacero Solange, Sosa Rocío, Doucet David, Taus Yamila, Pestana Carlos, Hidalgo Valentina, Magnin Lucía. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata. Nadia Voscoboinik. Facultad de Ciencias Naturales y Museo, Universidad Nacional de La Plata	
POSTERES	691
LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y LOS DESTINOS TURÍSTICOS EN PANDEMIA Y POST PANDEMIA. CASO: PROVINCIA DE MISIONES, ARGENTINA	692
Dieckow Liliana, Balustra Carlos, Castells Claudia, Groh Marcelo, Kremar Ariel, De Luca Anabella, Silva Lucas, Maciel Aldo, Gutiérrez Fernando, Gacete Fausto. Universidad Nacional de Misiones	
LA IMPORTANCIA DEL PATRIMONIO CULTURAL Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO. CASO DE ANÁLISIS: EL ANFITEATRO MARTÍN FIERRO DE LA CIUDAD DE LA PLATA	698
Riestra Constanza. Universidad Nacional de La Plata. Pierucci Liliana. Universidad Nacional de Río Negro, Sede Andina	
DISCURSOS Y PRÁCTICAS DE INTERVENCIÓN TERRITORIAL EN EL MARCO DEL PROGRAMA TURÍSTICO ARGENTINO PUEBLOS AUTÉNTICOS (2016-2020)	703
Lopes de Oliveira William, Dornelles Laura. Universidad Nacional de La Plata	
EL APRENDIZAJE DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO EN LA CARRERA DE TURISMO (FCEyS-UNMDP)	709
Azcue Vigil Ignacio, Cruz Gonzalo, Pérez Bellotto Ana, Varisco Cristina. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata	
USO DEL MARKETING DIGITAL Y EL ENGAGEMENT EN DESTINOS TURÍSTICOS DE LA PATAGONIA ARGENTINA	712
Pizarro Luciana, Zanfardini Marina, Gutauskas Andrea. Universidad Nacional del Comahue	
IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LOCALIDADES DEL TREN PATAGÓNICO DESDE SU REINAUGURACIÓN EN EL AÑO 2014 HASTA EL AÑO 2019	717
Moscoso Florencia, Cabrera Nazarena, Evers Lisa, Freire Melina, Neyra Martina, Ricciardi Juan Manuel. Universidad Argentina de la Empresa.....	

EXPERIENCIA PROFESIONAL LABORAL.....	721
EXPERIENCIA PROFESIONAL COMO GUÍA TURÍSTICO EN PARADORES	722
Fernández Víctor Miguel. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid	722

EJE TEMÁTICO 1

Turismo, Políticas y Desarrollo

————— ■
XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Eje temático N°1: Turismo, Políticas y Desarrollo

LA NATURALIZACIÓN DE LA ANOMÍA COMO PRÁCTICA CONSAGRADA EN EL SISTEMA TURÍSTICO DE MISIONES - ARGENTINA

Alonso María de los Ángeles, Del Valle Farías Diana Felisa, Bazila Gastón Maximiliano,
Ramos Horacio Damián, Do Santos Valeria Elizabeth.

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones

INTRODUCCIÓN

La presente ponencia tiene la intención de generar una aproximación a los resultados parciales del Proyecto de Investigación “Tensiones subyacentes al proceso de trabajo legislativo de la ley provincial de turismo entre los años 1.995 y 2.020. Provincia de Misiones, Argentina”, inscripto en la Secretaría de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, de la Universidad Nacional de Misiones.

Esta línea se ha planteado indagar las causales que concurren o convergen para que en el período analizado 1.995/2.020, existiendo 11 proyectos de Ley Provincial de Turismo presentados en el Poder Legislativo Provincial, desde diferentes fuerzas políticas, aún hoy, no existe un marco regulatorio al respecto. A estos proyectos se suma uno emanado directamente, desde la entonces Secretaría de Turismo de la Provincia de Misiones, dependiente en ese momento del Ministerio de Ecología y Recursos Naturales Renovables, cuyo curso administrativo difiere de los demás por estar vinculado de manera directa a las facultades del Poder Ejecutivo Provincial.

Respondiendo a los objetivos específicos, entre las tareas realizadas se cuentan las entrevistas a los legisladores que propiciaron los mismos, como así también al entonces Secretario de Turismo, con el propósito de establecer los motivos de la iniciativa que impulsaron; los actores participantes en el momento; la lejanía o cercanía de los autores con la Presidencia de Cámara y con el Ejecutivo Provincial; y la opinión que le merece que no haya prosperado el tratamiento del mismo.

Por su parte, es de interés investigativo la mirada de la academia en lo que respecta a las líneas de planificación turística implementadas en el territorio provincial, como así también la opinión acerca de la ausencia de una Ley Provincial de Turismo.

OBJETIVOS GENERALES

Analizar las tensiones provocadas por los intereses subyacentes al proceso de aprobación de una ley provincial de turismo, en la provincia de Misiones entre los años 1995 y 2020.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS VINCULADOS A LA PONENCIA

- 1- Recabar las historias de los diversos procesos a los que el tratamiento de los proyectos de ley dio lugar, así como las explicaciones subyacentes respecto de su devenir.

- 2- Comparar en las mismas, los indicadores de tensión manifiestos, a la luz de la valorización en relación a los instrumentos de planificación y control por parte del Estado.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

En virtud de la extensión requerida, se presentan aquí los principales fundamentos teóricos que ofrecen sustento al Proyecto de Investigación “Tensiones subyacentes al proceso de trabajo legislativo de la ley provincial de turismo entre los años 1.995 y 2.020. Provincia de Misiones, Argentina”. De esta manera, el mismo da cuentas de la articulación de dos ejes transversales: el que pone de relieve las discusiones disciplinares respecto de las posibilidades de concebir al turismo, y otro vinculado a la falta de normativa para la actividad turística que se desarrolla en el territorio de la provincia de Misiones. Ambos aspectos aparentemente independientes, configuran la complejidad del núcleo de la temática abordada. Estos pueden resumirse de la siguiente manera:

- El estado del conocimiento en el campo del turismo –tanto a nivel global como locales considerado altamente débil. Esta fragilidad se exterioriza en la dependencia que ha llevado a que el turismo se convierta en el objeto de estudios de otros campos científicos consolidados, maduros o de mayor trayectoria disciplinar desde los cuales se intenta explicar los alcances que este tiene sobre distintas dimensiones, llevando en muchas ocasiones a relativizar los resultados en función de las miradas parciales que se alojan al interior de dichos campos. No ha sido hasta las últimas décadas en que aparece con insistencia, la necesidad de que las explicaciones que se requieren sean el resultado de un abordaje multidisciplinar. Sin dudas, este fenómeno que irrumpió en la vida de las sociedades modernas, posee aristas controversiales que requieren ser analizadas desde su naturaleza holística dado los impactos que desencadena, para así contribuir, a potenciar los positivos y neutralizar al máximo los negativos. Se suman a esta debilidad disciplinar, aspectos vinculados a las condiciones ambientales en las que se produce la generación de conocimientos.
- Las formas jurídicas tienen la función de proveer de organicidad a la sociedad y desde allí garantizar la armonía y el desenvolvimiento de las potencialidades de sus miembros. Son necesarias para guiar la conducta de los hombres en su relación con otros, por lo que la ausencia de ellas, conduce a un estado de anomia. El creador de dicho concepto en el ámbito sociológico fue Emile Durkheim (1895, 1909) quien consideraba a las situaciones anómicas como disfuncionales, tanto en el plano individual como colectivo.

Como puede apreciarse estos dos ejes que en el orden fáctico suelen tornarse difusos entre sí, deben pensarse mancomunados. El sistema turístico de la Provincia de Misiones se caracteriza por presentar un profundo aislamiento de los actores sociales –individuales y colectivos- que lo componen. La ausencia de una legislación marco conlleva –necesariamente- a: la atomización del accionar público para ordenar el campo específico; distorsionar los fines de la planificación como herramienta de previsibilidad a largo plazo; enrarecer las relaciones entre los miembros implicados que no logran concertar intereses comunes y; profundizar las tensiones alrededor de los distintos intereses en juego.

METODOLOGIA

Se trata de una línea de investigación de carácter explicativa que busca, a partir de combinar métodos analíticos y sintéticos como también deductivos e inductivos, alcanzar un abordaje cuanti-cualitativo que permita comprender los procesos que obturaron la oportunidad de que la Provincia de Misiones, cuente con una Ley de Turismo.

Para la presente ponencia se han seleccionado entre los métodos de recolección de datos utilizados en la investigación, las entrevistas realizadas a los Diputados Provinciales (M.C.) autores o co-autores de los mismos; al ex Subsecretario de Turismo de la Provincia autor de un proyecto y; a las docentes investigadoras de la Universidad Nacional de Misiones que poseen antecedentes en el ámbito de la planificación, que para este caso se transforman en Unidades de Análisis.

En lo que refiere al recorte temporal, el mismo se sitúa entre los años 1995 y el 2020. Cabe mencionar que la lógica temporal planteada para el análisis responde a que se trata del período donde se vuelve mayormente recurrente la insistencia acerca de la necesidad de regular la actividad.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las entrevistas realizadas a los Diputados (M.C.) involucrados en los infructuosos intentos de que la provincia de Misiones cuente con una Ley de Turismo, evidencian la preocupación por instalar un debate -jamás alcanzado- acerca de la necesidad de ordenar un campo tan heterogéneo como lo es el turístico.

En este sentido, los entrevistados -provenientes de distinto origen político-partidario- coinciden en que la actividad turística es de una relevancia insoslayable para el destino Misiones, por lo tanto, requiere de un orden que facilite salir de la improvisación que ha acompañado al mismo desde su génesis. Cabe mencionar que, es el aspecto económico producido por el incremento en el volumen de visitas que se registra desde la recuperación de la democracia, el que más ansiedad genera siendo esto traducido a través de las distintas iniciativas legislativas.

Del análisis de los Proyectos y de las voces de los autores se desprende el litigio tácito entre Nación, Provincia y Municipios involucrados a partir de un recurso turístico, siendo Puerto Iguazú el que mayor atención concentra. En este sentido, existe coincidencia -más allá de las denominaciones que sugieren- en la creación de organismos intermedios de fiscalización y control de las divisas provenientes del turismo, lo cual supone una mirada para mejorar la posición de la provincia en materia presupuestaria con posibilidades de reinversión.

Se suma a estas voces la del ex Subsecretario de Turismo dependiente del Ministerio de Ecología y Recursos Renovables de la Provincia de Misiones (2002-2007), quien presentase el único manifiesto desde el propio intestino del Poder Ejecutivo Provincial y que -como los anteriores- tampoco prosperó. A diferencia de los demás casos, el tratamiento pudo ser distinto si en verdad lo que se priorizaba era la idea de ofrecer mayor organicidad al sector y beneficiar -a partir del turismo- al territorio provincial.

También en este caso, pero de una manera exhaustiva y puntual, se menciona de dónde y cómo la provincia recaudará a partir de la actividad turística agregándose cómo se participará a las regiones internas con posibilidades de insertarse en la misma.

Desde el sistema político -con clara incidencia sobre el bien público- se manifiesta la misma causal para que en la actualidad la provincia no cuente con una normativa al respecto y ello muestra que no hay interés de controlar “la caja del Estado” en esta materia porque ello facilita negocios que de otra forma no pudiesen haber ocurrido bajo la potestad del mismo. También existe coincidencia en que se han tomado cuestiones plasmadas en estos proyectos de manera aislada, pero ninguna de ellas vinculada a lo considerado sustantivo respecto de los fines que hacen al sistema productivo del territorio. Es más, resulta elocuente que el propio ex Subsecretario de Turismo manifieste que los motivos de su dimisión responden a los privilegios que otorga la “anomia”.

Por su parte, la academia percibida desde fuera de los propios límites como la reserva moral de la sociedad y representada en las entrevistas por docentes con reconocida trayectoria en investigación vinculada a la planificación territorial donde se reconoce al turismo su capacidad como dinamizador de las economías locales, manifiestan escasa preocupación por la ausencia de una Ley Provincial de Turismo que actúe como vector para ofrecer certidumbre al sector en particular y al destino en general si se toma a la población residente como “sujeto privilegiado” de la política pública. Por el contrario, a lo largo de las entrevistas se exaltan coyunturas divorciadas de la integralidad que debiese proponer la planificación y el ojo miope termina siendo de las propias entrañas del fenómeno que reclama atención multidisciplinar.

De esta manera, sin mayor malestar, se ofrece legitimidad a la anomia y se avala la ausencia del Estado desde la Institucionalidad que “no se discute” y “consagra”.

BIBLIOGRAFIA

BOURDIEU, P. (2000). Les structures sociales de l'économie. Paris: Seuil

DURKHEIM, É. (1895), Les règles de la méthode sociologique. Paris: Alcan.

DURKHEIM, É. (1909). Sociologie et sciences sociales. En Durkheim, É., La science sociale et l'action Paris: Presses Universitaires de France, 1987(pp. 135-159).

JAFARI J. (2001). La cientificación del Turismo. En: Smith, V. L. & Brent, M. (Co-ed) Hosts and guests revisited: tourism, issues of the 21st century. Elmsford, New York, pp. 28-41

JAFARI J. (1994); La cientificación del turismo. Revista “Estudios y perspectivas en Turismo”. Editorial del Docente.

Digesto de la Provincia de Misiones (<http://digestomisiones.gob.ar/>)

Eje temático N°1: Turismo, Políticas y Desarrollo

¿ES NECESARIA UNA NORMATIVA DE TURISMO EN MISIONES? PERSPECTIVAS DE LOS ACTORES DE LA ACTIVIDAD EN CONTEXTOS DE ANOMIA LEGISLATIVA

Simón Emilio, Fiorino Fernanda, Andueza Julieta, Paredes Silvia, Banacor Tuzinkievicz Florencia.

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones

INTRODUCCIÓN

Esta ponencia expone avances del proyecto de investigación “Tensiones subyacentes al proceso de trabajo legislativo de la ley provincial de turismo entre los años 1995 y 2020. Provincia de Misiones, Argentina”. La principal motivación del estudio radica en la inexistencia de una legislación específica de la actividad turística, pese al impulso y reconocimiento que ha adquirido - como “política de Estado” - en sucesivos gobiernos.

Ahora bien, considerando que sectores que convergen en el turismo (privado, no gubernamental, académico) son vistos como “socios estratégicos” del sector público y fueron partícipes en la formulación de planes y proyectos orientados al desarrollo de la actividad en las últimas décadas, cabe preguntarse ¿cuáles son las percepciones de los distintos actores del turismo respecto de los vacíos existentes en materia de legislación turística en la provincia de Misiones? En línea con este interrogante, ¿qué nivel de desarrollo turístico creen los mismos que se ha alcanzado y qué vinculación encuentran con la ausencia de una normativa integral? Por último, considerando una eventual actualización del marco legal, ¿qué temáticas son prioritarias trabajar?

De este modo se pretende discernir cómo influyen los intereses más o menos particulares en la disputa de la determinación del interés público inherente a su campo de actuación. Si bien la finalidad de la legislación apuntaría hacia ese cometido, es dable reconocer que se trata del resultado de una lucha por el establecimiento de la práctica legítima, cuya resolución no encuentra aún modo de viabilizar, por cuanto la constante se repite.

OBJETIVOS VINCULADOS A LA PONENCIA

1. Conocer las apreciaciones de los actores de la actividad respecto a la falta de una ley de turismo integral en la provincia de Misiones.
2. Establecer si existe vinculación entre la ausencia de una normativa específica y el nivel de desarrollo turístico percibido por los mismos.
3. Determinar los temas más relevantes que dichos actores consideran prioritarios en la formulación de una Ley provincial, atento a las problemáticas presentes en la actualidad.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Desde la ciencia política, el turismo ha sido un fenómeno muy poco estudiado. Posiblemente ello se explique en la predominancia de enfoques economicistas, aun en la academia argentina, aspecto que ocasiona que se ligue el turismo a cuestiones propias del sector privado y que lo alejan de los problemas públicos.

En la década del 70 surge un interés respecto de aspectos aplicados - muy influenciada por la escuela de sociología norteamericana de Bentley, Parson, etc. - incrementando las investigaciones ligadas al turismo como factor de desarrollo (Schenkel y Almeida García, 2015, p. 198). Sin embargo, al decir de estos autores, la complejidad del fenómeno es ya justificativo suficiente para que la ciencia política se interese más cabalmente en la temática.

La mutación de la Democracia Política a la Social, producida post Segunda Guerra Mundial, a raíz de la aparición de derechos ligados al patrimonio, los derechos de consumidores, la consolidación de la paz y la seguridad internacional, significó la horizontalización de las decisiones, legitimando al sistema a partir de una vinculación y articulación permanente entre el Estado y la sociedad civil. La aparición de la Escuela Democrática Social, genera el afianzamiento de que la misión del Estado es “estar al servicio de la persona humana, que su finalidad es promover el bien común y fomentar el desarrollo sustentable y sostenible” (Correa Fontecilla, 2006, p. 149).

Esta noción de **bien común** o **bien público**, pese a las diferentes interpretaciones disciplinares, trata de una regla respecto del límite de la actividad administrativa, inserta en la dialéctica de la libertad y la autoridad (Correa Fontecilla, 2006, p. 135). Por ello el interés público aparece fuertemente en los discursos de los gobernantes en tanto justificativo de la acción. Se lo asocia con la equidad, la mejora en la calidad de vida, a un orden social más justo y otros valores que le otorgan solidez para constituirse en políticas públicas efectivas.

Ahora bien, se coincide con Velasco (2016) citando a Rancière (1996) cuando señala que “En todos los ámbitos o sectores existen demandas enfrentadas, actores o grupos de actores que esperan que los gobiernos actúen de una determinada manera y otros actores o grupos de actores que exigen lo opuesto” (p. 579). Los requerimientos y demandas de los grupos más grandes no suelen coincidir con los de los más pequeños, así como entre ellos suelen aparecer diferencias de criterios en relación a las necesidades del sector.

Para procurar acercamientos entre las distintas posiciones de los actores de la sociedad, se formulan y sancionan marcos normativos que guíen la conducta humana y permitan la subsistencia y convivencia pacífica entre sus miembros. En contrapartida, la ausencia de legislación conduce a un estado de **anomia**. Émile Durkheim (1895) consideraba a las situaciones anómicas como disfuncionales, tanto en el plano individual como colectivo. Cabe, además, recuperar lo que el filósofo Carlos Nino (1993) denominó **anomia boba** y que se vincula con la inobservancia de las normas existentes, produciendo importantes disfuncionalidades en la sociedad. A juicio del autor, esta situación en la cual una sociedad se comporta “al margen de la ley” es propia del subdesarrollo argentino.

En ese sentido y vinculándolo a la temática de la investigación, la falta de una normativa actualizada en materia turística, sumado a la ausencia de regulación de las existentes y el

desinterés de la autoridad para controlar su cumplimiento, perjudica directamente las posibilidades de desarrollo que se intenta promover.

METODOLOGÍA

Si bien en el desarrollo de la investigación se emplea una estrategia de abordaje de tipo cuali-cuantitativa, basada en el análisis de datos primarios y secundarios, utilizando como instrumentos las entrevistas, encuestas y fuentes documentales; en esta ponencia se desarrollará el análisis de datos primarios desde el abordaje cuantitativo, cuyos datos fueron obtenidos por medio de un formulario de encuesta semi estructurado.

Las unidades de observación que conformaron la muestra fueron miembros de asociaciones y organismos del sector público, privado, académico provincial y del Colegio de Profesionales en Turismo de la provincia de Misiones. A los mismos se aplicó una encuesta en línea diseñada con la herramienta Google Forms. Mediante un sondeo no probabilístico se obtuvieron un total de 63 respuestas.

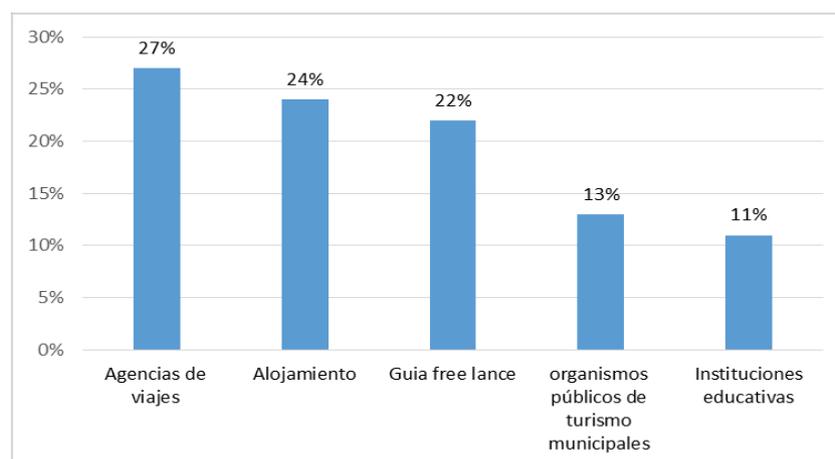
Su finalidad, ligada a la posibilidad de contrastar la información recabada con las demás técnicas empleadas en la investigación, contempló variables generales y clasificatorias (formación académica, empleo actual), percepción sobre el desarrollo turístico de la provincia, opinión sobre la necesidad de actualización de normativas, conocimiento de proyectos existentes, temas fundamentales a regular, participación en procesos previos y disponibilidad de participar en la elaboración de nuevos.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En cuanto a la formación académica de los encuestados, el 60% posee título de Licenciado en Turismo y el 48% son Guías de Turismo, siendo el 97%, egresados de la Universidad Nacional de Misiones durante los últimos 20 años (26 graduados en los últimos 10 años y 23 entre 2002 y 2012).

Respecto al empleo actual de los encuestados, el 73% se desempeña en algún rubro del sector privado, en tanto que los restantes se desempeñan laboralmente dentro de organismos públicos e instituciones educativas.

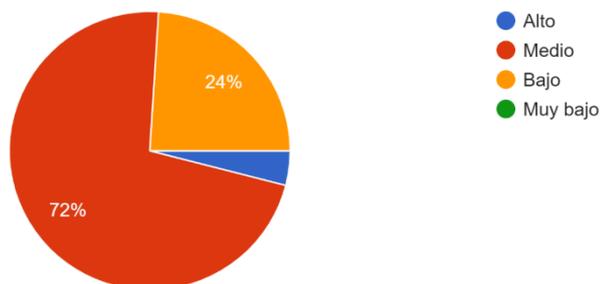
Gráfico N° 1: Distribución de profesionales en turismo de Misiones de acuerdo a su ámbito laboral



Fuente: elaboración propia

En cuanto a la percepción que poseen dichos actores sobre el desarrollo turístico de la provincia de Misiones, los datos dan cuenta -por amplia mayoría - que dicho desarrollo es percibido como “medio”, seguido por la categoría “bajo”.

Gráfico N° 2: Percepción de los actores sobre el desarrollo turístico alcanzado en la provincia



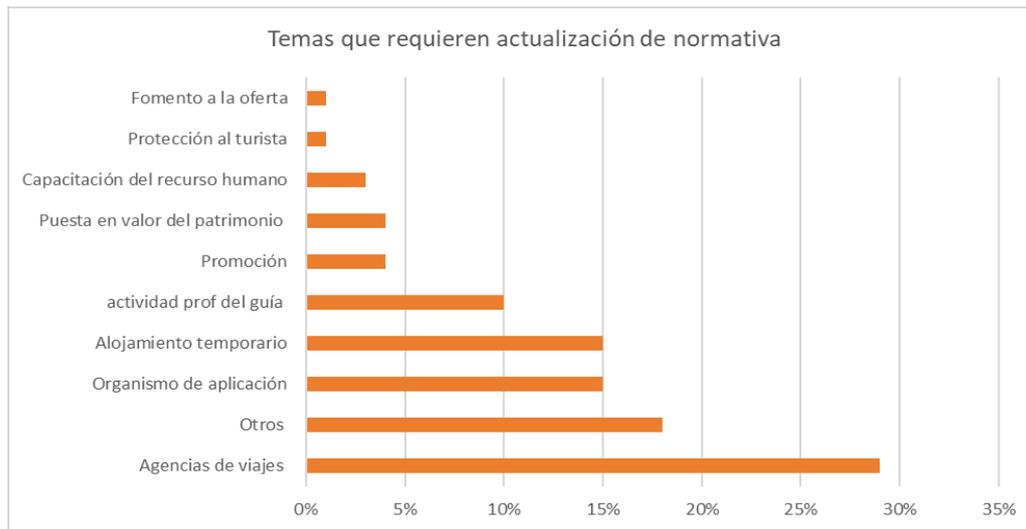
Fuente: elaboración propia

Otro dato de gran relevancia para el estudio es que **casi la totalidad de los encuestados (98,8%) creen necesaria la sanción de una ley** que regule la actividad turística en la provincia.

Entre los principales argumentos que expresaron, se pueden destacar: la estandarización y regulación de servicios, la profesionalización de la actividad, la garantía de transparencia en las operaciones comerciales, la medición de los impactos del turismo (económicos, sociales y ambientales), la protección de los turistas, evitar prácticas ilegales y garantizar la competencia legal entre todos los sectores implicados.

Respecto a la necesidad de actualización de una normativa que regule la actividad en la provincia, es ponderado por el 78% de las encuestados, destacándose como temas principales a regular a las agencias de viajes, organismo de aplicación (con mayores atribuciones en términos de fiscalización) y alojamientos temporarios. Seguidamente aparecen las temáticas relacionadas con la actividad profesional del guía, la promoción turística y la conservación y puesta en valor del patrimonio. Por último, la capacitación del recurso humano, la protección al turista y el fomento a la oferta, son las temáticas que consideran que son menos urgentes de ser actualizadas.

Gráfico N° 3: Temas que requieren actualización en una normativa turística provincial



Fuente: elaboración propia

Finalmente, el 68,3 % de los encuestados manifestó estar interesado en participar en la actualización de la legislación, aduciendo que poseen gran experiencia en la actividad, entienden las falencias, obsolescencia, carencias o vacíos jurídicos que existen en la actualidad y propenden a generar un desarrollo turístico en la provincia de Misiones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORREA FONTECILLA, J. (2006). Algunas consideraciones sobre el interés público en la Política y el Derecho. *Revista española de control externo*. 8 (24), 135-161. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2254414>

DURKHEIM, É. (1895). *Les règles de la méthode sociologique*. Paris: Alcan.

NINO, C. (1993). Un país al margen de la ley. Estudio de la anomia como componente del subdesarrollo argentino. *Revista Desarrollo Económico*. 36 (143).

SHENCKEL, E. y ALMEIDA GARCÍA, F. (2015). La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina. *Revista Scielo*. 23 (46). Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-76532015000200008

VELASCO, M. (2016): Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*. 14 (3), 577-593. Recuperado de <http://www.pasosonline.org/Publicados/14316/PASOS48.pdf>

Eje temático N°1: Turismo, Políticas y Desarrollo

VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS SERVICIOS RECREATIVOS DEL ESPACIO TURÍSTICO DE MIRAMAR (BUENOS AIRES, ARGENTINA)

Testa Joaquin, López Maria José, Bertoni Marcela, Loscalzo Brenda, Veltri Romina.
Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata

INTRODUCCIÓN

Los destinos turísticos en la actualidad con el fin de garantizar su calidad ambiental afrontan nuevos requerimientos para el manejo sustentable de los espacios turísticos y sus servicios ambientales. Por lo cual, se hace necesario incorporar nuevos enfoques que refuercen la gestión integral del turismo a través de nuevas herramientas técnicas de gestión, uso y conservación de los espacios turísticos y sus recursos, para asegurar su sostenibilidad.

Los espacios naturales utilizados por el turismo tienen características de bienes públicos, de libre acceso, no exclusión y no rivalidad en el consumo y se gestionan sin tener en cuenta los costos y beneficios que genera su utilización. De hecho, la actividad turística se vale de recursos naturales, básicos y estratégicos, que en muchas ocasiones son sobreutilizados, generando transformaciones que atentan contra la calidad ambiental del espacio y los principales recursos convocantes para la actividad. En este sentido, se torna indispensable establecer mecanismos que permitan comprender y valorar el aporte de los ecosistemas para las actividades humanas en general y para la actividad turística en particular.

En las últimas décadas se han desarrollado distintos métodos que permiten establecer valores socioeconómicos relativos a los servicios ambientales (Tomio, 2015). Uno de los principales métodos es la valoración de los servicios ecosistémicos, que permite vincular el funcionamiento de los ecosistemas con el beneficio para el bienestar humano (Groot *et al.*, 2012).

En este marco, los estudios en torno a los servicios ecosistémicos han generado distintas técnicas que permiten abordar la cuestión del valor. Uno de los enfoques es la medición en términos monetarios del valor del flujo de bienes y servicios que el ecosistema provee a los seres humanos (Salgado *et al.*, 2015) y constituye una forma de expresar los valores relativos que la sociedad establece sobre los diferentes usos de los recursos. En particular, los espacios turísticos brindan una serie de servicios recreativos ambientales que tienen beneficios directos para los usuarios, por lo cual resulta de utilidad establecer el valor económico del servicio recreativo que brinda el espacio turístico para contribuir a determinar su importancia para un destino. En el caso de los destinos turísticos litorales resulta aún más significativo, en tanto la playa, como recurso convocante de los principales flujos turísticos, constituye, al mismo tiempo, uno de los ecosistemas más complejos y que ofrece una cantidad numerosa de servicios ecosistémicos (Merolotto *et al.* 2019).

En la localidad costera de Miramar (Buenos Aires, Argentina), desde hace algunos años, se está llevando a cabo un proceso de renovación y adaptación orientado a mejorar las condiciones de sustentabilidad para garantizar la competitividad del destino en el escenario actual. En este marco, las políticas orientadas a fortalecer la sostenibilidad turística requieren de la utilización de mecanismos que permitan generar información para facilitar la toma de decisiones para conservar y proteger los recursos.

Por lo tanto, el trabajo se propone presentar una aproximación metodológica para valorar los servicios ecosistémicos recreativos de los espacios turísticos y establecer el valor económico del espacio turístico de Miramar. El mismo se desarrolla en el marco del proyecto de investigación vigente “La valoración socioeconómica de los servicios ecosistémicos del espacio turístico de Miramar (Buenos Aires) y su contribución a la gestión ambiental”.

Los resultados se constituyen en un aporte a la generación de herramientas útiles para la gestión sustentable del turismo y generan información para la toma de decisiones en el caso de estudio seleccionado.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Los bienes y servicios ecosistémicos se definen a partir de las funciones ecosistémicas de los recursos naturales y representan los beneficios que las poblaciones humanas obtienen directa o indirectamente de tales funciones (Costanza et al., 1997). Es decir, que las sociedades hacen uso de las funciones ambientales (de aprovisionamiento, de regulación, de soporte y culturales) para mejorar su bienestar. Sin embargo, en general, la economía no reconoce el valor de los servicios que ofrece la naturaleza (Toledo, 1998).

No obstante, desde hace algunas décadas se vienen desarrollando estudios y métodos orientados a la valoración económica de los servicios ecosistémicos (Azqueta, 1994; Costanza *et al.*, 1997; Toledo, 1998). Según Azqueta (1994) la valoración económica permite contar con un indicador de la importancia que tiene un determinado recurso para el bienestar de la sociedad y facilita la comparabilidad respecto de otras posibilidades de uso y los beneficios que se dejarían de obtener si se degradase el recurso. En tal sentido, la valoración económica ambiental permite asignar valores cuantitativos a los bienes y servicios proporcionados por los recursos naturales, independientemente de si existen o no precios de mercado (Barbier *et al.*, 1997).

En particular, los espacios turísticos generan beneficios socioeconómicos para la comunidad, sumado a que, actualmente, el desafío que enfrentan los destinos turísticos implica el requerimiento de lograr un adecuado manejo ambiental de tales espacios, para garantizar el desarrollo sostenible del turismo. Por lo tanto, para garantizar su conservación y uso sostenible se requiere de la valoración económica de los atributos y servicios que brinda a la sociedad.

Los sistemas de valoración económica generalmente calculan el Valor Económico Total (VET) de los ecosistemas, el cual se refiere a una estimación basada en la agregación de distintas formas de valor, que permite calcular en forma aproximada un valor económico del ambiente y resulta de los distintos valores de uso directo e indirecto (VUD + VUI), de los valores de opción (VO) y existencia (VE) asociados (Costanza *et al.*, 1997; CCADPNUD/GEF, 2002).

En la actualidad, existen diversos esfuerzos para construir marcos metodológicos que incorporen la valoración de los servicios ecosistémicos (Balvanera *et al.*, 2011). Sin embargo, en el campo disciplinar del turismo, los estudios que incorporan la perspectiva de los servicios ecosistémicos son más recientes y, en destinos turísticos litorales en Argentina, hay escasos estudios sobre esta temática. De hecho, a pesar de los avances en la investigación, algunos autores sostienen que se evidencia una falta de marcos teóricos-metodológicos que vinculen la investigación de servicios ecosistémicos con la planificación de espacios urbanos y la gestión de recursos (Merlotto *et al.*, 2019).

Los principales métodos de valoración económica de servicios ecosistémicos según Azqueta (1994) son los de valoración directa, basados en valores de mercado; los de valoración indirecta, basados en preferencias reveladas; y los de valoración contingente, basados en preferencias declaradas o expresadas. La metodología utilizada en cada situación particular, depende de los recursos, tiempo e información disponible. En el ámbito del turismo el más utilizado es el método de costo de viaje dentro de los estudios basados en preferencias reveladas aunque presenta algunas limitaciones (Cristeche y Penna, 2008), por lo cual resulta necesaria una combinación de métodos para la valoración de los servicios ambientales recreativos de los espacios naturales turísticos de un destino particular.

METODOLOGÍA

La estrategia metodológica se plantea a partir de un enfoque mixto que permita recuperar los distintos métodos de valoración de los servicios ecosistémicos recreativos de los espacios turísticos y establecer el valor económico del espacio turístico de Miramar.

En este sentido, se realiza una revisión documental para la selección de las estimaciones de los componentes del valor y de los métodos de valoración directa e indirecta (Cristeche y Penna, 2008) más pertinentes para proceder a la cuantificación en el caso objeto de estudio.

El relevamiento se realiza a partir de una triangulación de datos que permita obtener información de distintas fuentes para el cálculo del valor monetario. Para ello se consultan textos de referencia de costos, de establecimiento de estándares (estimados) de los recursos, de programas y proyectos para la protección o el mejoramiento de la calidad ambiental y/o para el reemplazo de servicios ambientales deteriorados, entre otros. La selección de los mismos se hace en función de la disponibilidad de datos y la pertinencia respecto del caso de estudio, teniendo en cuenta los principales espacios turístico-recreativos del destino: la playa, el Bosque Energético y el Vivero Dunicola.

Por lo tanto, para calcular el valor se consultan fuentes primarias y secundarias considerando los precios de las unidades de sombra en playa durante la temporada estival, el costo de las entradas a los espacios en cuestión, los ingresos del municipio por concesiones en tales espacios, la inversión pública destinada al mantenimiento y mejora de los espacios, los presupuestos asignados para su administración y datos actuales de demanda turística.

A partir de la información obtenida, se calcula el valor económico total (Costanza *et al.*, 1997) de los servicios ambientales del espacio turístico de Miramar a partir de la suma de los valores de uso (directo e indirecto) y no uso (de existencia y opción).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El trabajo realizado permite estimar el valor económico total del servicio ecosistémico recreativo del espacio turístico de Miramar, generando información útil para la toma de decisiones en materia de gestión ambiental turística.

Si bien puede resultar controversial establecer un valor económico sobre elementos que pueden ser considerados como inconmensurables, la medición y/o cuantificación puede resultar significativa en términos de operativizar la valoración concreta sobre un espacio sin que ello implique la mercantilización de los servicios ecosistémicos. En este sentido, la valoración monetaria es parcial y se requiere profundizar en métodos de estimación del valor social.

Las ventajas de la aproximación desde una perspectiva económica, favorece la comparabilidad entre los costos y beneficios de mantener las condiciones naturales de un espacio y habilita a tomar conciencia sobre los costos de afrontar el deterioro de los mismos.

Para profundizar en el estudio del valor socioeconómico de los servicios ecosistémicos del espacio turístico de Miramar es necesario complementar el cálculo de la valoración monetaria aplicando métodos de preferencias declaradas, como la disposición a pagar. Al mismo tiempo, se requiere indagar sobre la valoración social de los espacios, no solo en términos materiales sino también simbólicos.

BIBLIOGRAFÍA

Azqueta, D. (1994). *Valoración Económica de la Calidad Ambiental*. McGraw-Hill. Madrid.

Balvanera, P., Castillo, A., Avila, P., Caballero, K., Flores, A., Galicia, C., ... & Sarukhán, J. (2011). Marcos conceptuales interdisciplinarios para el estudio de los servicios ecosistémicos en América Latina. En: Lateral et al. (2011) *Valoración de Servicios Ecosistémicos. Conceptos, Herramientas y Aplicaciones para el Ordenamiento Territorial*, pp.38-6, INTA. Buenos Aires

Barbier, E.; Acreman, M. y Knowler, D. (1997): *Valoración Económica de los Humedales. Guía para decisores y planificadores*. Oficina de la Convención RAMSAR

CCAD-PNUD/GEF (2002). Guía metodológica de valoración de bienes, servicios e impactos ambientales. Un aporte para la gestión de ecosistemas y recursos naturales en el CBM. Serie Técnica 04. CCAD-PNUD. Nicaragua.

Costanza, R.; D'arge, R.; de Groot, R.; Farber, S.; Grasso, M.; Hannon, B.; Limburg, K.; Naeem, S.; O'Neill, R.V.; Paruelo, J.; Raskin, R.; Sutton, P. & van den Belt, M. (1997). The value of the world's ecosystem services and natural capital. *Nature*, 387, pp. 253-260.

Cristeche, E. y J. Penna., 2008. *Métodos de valoración económica de los servicios ambientales*. INTA. Buenos Aires.

Groot, R., Brander, L., Van Der Ploeg, S., Costanza, R., Bernard, F., Braat, L., ... & Van Beukering, P. (2012). Global estimates of the value of ecosystems and their services in monetary units. *Ecosystem services*, 1(1), pp. 50-61.

Hirons, Mark and Comberti, Claudia and Dunford, Robert, Valuing Cultural Ecosystem Services (October 2016). *Annual Review of Environment and Resources*, (Vol. 41), pp. 545-574.

Merlotto, A., y Verón, E. M. (2019). Evaluación de los servicios culturales de recreación y turismo del ecosistema playa en la ciudad de Mar del Plata, Argentina. *Revista Universitaria de Geografía*, 28(2), pp. 35-56.

Salgado H, De la Puente S, González C, & Sueiro JC. (2015). *Valoración Económica Total (VET) de los bienes y servicios ecosistémicos del Gran Ecosistema Marino de la Corriente de Humboldt (GEMCH)*. Consultoría elaborada para el Proyecto GEF-PNUD: Hacia un manejo con enfoque ecosistémico de Gran Ecosistema Marino de la Corriente de Humboldt. Talca, Chile / Lima, Perú.

Toledo, A. (1998). *Economía de la Biodiversidad*. PNUMA, Oficina Regional para América Latina y el Caribe. Serie Textos Básicos para la Formación Ambiental N° 2.

Tomio, Marialva, & Ullrich, Danielle Regina. (2015). Valoración económica ambiental en el turismo: Temas de debate. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(1), pp. 172-187.

DESARROLLO TURÍSTICO Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA CIUDAD DE ROSARIO (2011-2019)

Molteni Roxana M., Gómez Silvia B., Lantelme Sofia, Vaschetto Mariano, Martino Clara, Beristain Martín, De Zan Juan, Miranda María Belén.

Facultad Ciencias Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario

INTRODUCCIÓN

La Licenciatura en Turismo es una carrera nueva dentro de la Universidad Nacional de Rosario, creada y gestionada desde el año 2018 por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales y la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística. La misma tiene como finalidad la formación de graduados con capacidad para planificar, diseñar, programar, administrar y gestionar actividades y emprendimientos relacionados con el turismo, así como brindar asistencia a entidades públicas y privadas, generando nuevos conocimientos vinculados a la actividad turística. La complejidad del fenómeno, dadas sus dimensiones sociales, económicas, culturales, territoriales, ambientales y políticas, demanda un abordaje multidisciplinar, en este sentido es central la vinculación de las carreras de nuestra facultad en el desarrollo del presente proyecto, el cual se constituye como base para el diseño de futuras líneas de investigación en torno a la temática del turismo.

En el marco de su creación y de su incipiente recorrido institucional es que se presentó y aprobó el proyecto de investigación: (RE) PENSANDO LA CIUDAD: TURISMO, DESARROLLO Y POLÍTICAS PÚBLICAS ROSARIO (2011-2019), que se constituyó en uno de los primeros proyectos de investigación propios de la Licenciatura en Turismo, asentado en nuestra Facultad. Dicho proyecto se planteó como objetivo general describir cuáles han sido las políticas turísticas implementadas en la ciudad de Rosario y su vínculo con el desarrollo territorial en el período 2011 – 2019.

En esta presentación, se intenta dar cuenta de los principales resultados alcanzados en el Proyecto de Investigación y Desarrollo (PID). Cabe mencionar, que a partir de los resultados alcanzados se continúa en el presente con un nuevo proyecto de investigación, aprobado por la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Es importante mencionar además que los resultados presentados se constituyen como una primera aproximación a la temática planteada.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El *turismo* es fuertemente conocido por generar crecimiento económico en los diferentes países. Sin embargo, este fenómeno global produce a su vez efectos sociales y culturales. Si bien éste es el resultado de una construcción histórica de larga data, es recién en el siglo XIX, y de la mano de la Revolución Industrial, que el turismo adquiere mayor vigor. Durante este período, se empiezan a identificar una multiplicidad de motivaciones para desplazarse, diferentes a las de la Edad Media, que se relacionaban con guerras, migraciones y conquistas.

Un siglo después, la actividad turística se torna objeto de investigación relevante. Los aportes más trascendentales provinieron de la Escuela Berlinesea y de la Universidad de Berna. Estos últimos definían al turismo como: “El conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su

domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa.” (Hunziker y Krapf, 1942). En general, las definiciones de la disciplina que se manifestaron en la primera mitad del siglo XX, solo resaltaban aspectos puntuales del viaje, desatendiendo cuestiones más universales.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, hemos asistido a un verdadero cambio de época en lo referido al fenómeno turístico entendido como una manifestación en lo socioeconómico, cultural, que inciden en el conjunto de actividades económicas y laborales que se encuentran en permanente transformación. El crecimiento exponencial de los flujos turísticos, el progresivo involucramiento de los diversos gobiernos en su gestión y el debate en torno a los impactos de dicha actividad sobre los países en vías de desarrollo, entre otras cuestiones, han fomentado una vasta literatura académica en lo que respecta al análisis de políticas públicas orientadas al turismo (Hall & Jenkins, 2004: 525).

En la actualidad, el concepto adoptado por la Organización Mundial del Turismo integró los puntos más importantes de la actividad turística, elaborando un concepto más integral, la misma entiende que “[...] el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos” (OMT 1994).

Todos estos cambios, generan impactos en las estructuras turísticas, en los actores y grupos sociales que participan, en los intereses por los cuáles se realizan, a los sistemas y empresas de alojamiento y de transporte, a las formas de intermediación turística, y a los territorios que los protagonizan o aquéllos otros que son marginados, han sido de una gran intensidad. Este abanico de transformaciones son el resultado, fundamentalmente, por un lado, de las dinámicas de las empresas que operan en la multiplicidad de sectores que configuran el turismo hoy en día; por otro lado, de las consecuencias que se derivan de las políticas turísticas locales y nacionales; y, finalmente, y sobre todo, del impacto que sobre las actividades turísticas está teniendo la reestructuración en el proceso de la globalización (García Pascual, 2017: 128).

Al comienzo del siglo XXI la aceleración de la globalización económica y principalmente financiera, la preeminencia de conglomerados transnacionales, procesos de reestructuración económica y la ya innegable realidad de las crisis ambientales (presentes y futuras) han movilizado colectivamente a acciones públicas orientadas específicamente al turismo (Hall & Jenkins, 2004: 525).

En el marco de dicho proceso, el diseño e implementación de *políticas públicas* vinculadas al turismo resulta central. En términos de Oszlak y O'Donnell (1976), las políticas públicas son el “conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros actores en la sociedad civil.” Sin embargo, consideramos que la política pública es mucho más que la simple actividad formal de los gobiernos. Entendemos la formulación de políticas públicas como un espacio de encuentro y tensiones entre actores donde se ponen en juego diversos intereses. En este trabajo vamos a entender a los actores como “[...] stakeholders [...] (internos o externos) que afectan o son afectados por los objetivos o resultados de una organización dada, en diferentes grados, en la medida en que poseen entre uno y tres atributos básicos: poder, legitimidad y urgencia. Actores que no presentan al menos uno de estos atributos (no afectan los resultados y/o no son afectados por los resultados), no son stakeholders.” (Falção & Fontes: 1998). En resumen, la formulación de políticas públicas es una actividad política, influenciada (y constituida/constituyente) de las características económicas y sociales de la sociedad, así como de las estructuras formales de gobierno y otros rasgos del sistema político (Hall & Jenkins, 2004: 527).

Particularmente entenderemos a la *política turística* como el conjunto de actividades, decisiones y procesos que impulsan actores gubernamentales (en ocasiones en colaboración con otros actores) con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con el turismo (Velasco, 2016: 4).

Se considera que para analizar el conjunto de acciones que se diseñan e implantan para conseguir determinados objetivos en una situación determinada, debemos tener en cuenta dos dimensiones: los objetivos propuestos y los instrumentos que los gobiernos utilizan para lograrlos

En una política turística se combinan, de manera variable, cinco grandes agrupamientos de objetivos: el primero destinado a perseguir el crecimiento de la actividad o su reconversión; el segundo vinculado con la planificación y creación de las condiciones adecuadas para que la actividad turística pueda desarrollarse generando los menores conflictos posibles con otros usos del territorio; el tercero relacionado con la protección del turista y con garantizar el buen resultado de su experiencia; el cuarto relacionado con la coordinación entre sectores y actores diversos; y finalmente, el quinto, orientado a la investigación y producción de conocimiento.

Para completar nuestra “toma de partido” conceptual, desde nuestra perspectiva comprendemos al *desarrollo local* de la siguiente manera:

“el desarrollo es local porque evita pensar que las mismas causas estructurales producirán los mismos efectos en todo lugar. Cada sociedad local es dueña de una particularidad que se inscribe en una realidad estructural que la supera, a la que pertenece y cuyas lógicas de funcionamiento están presentes en ella. Definen el marco que nos permite comprender la existencia de regularidades estructurales, pero no agotan toda la explicación de cada singularidad. Las situaciones concretas están sujetas a la acción de los actores locales. (Madoery, 2008: 137)

El desarrollo es endógeno, porque es resultado de un fuerte proceso de articulación entre actores, a través de variadas manifestaciones y capacidades intangibles. De maduración social, de comprensión de lógicas e intereses diversos (incluso contrapuestos) y de gobernación del conflicto social. (Madoery, 2008: 137)

El desarrollo, a su vez, es territorial, debido a que esas articulaciones entre actores y procesos relacionales ocurren en un territorio de proximidades donde los actores se expresan. Tiene siempre una base territorial concreta. Las cualidades propias de las personas, las organizaciones y las empresas, así como las formas en las que construyen sus relaciones, le otorgan a un territorio local capacidades de adaptación a entornos cambiantes y capacidades de control del proceso de desarrollo local. Y, por último, el desarrollo es un desafío político, porque toda la planificación y las articulaciones necesarias para generarlo son impensables sin un proyecto político que los contenga, los implique y los organice. (Madoery, 2008: 138)

Nuestra definición operativa será la siguiente: entenderemos por desarrollo “un proceso de activación de energías sociales. Algo más intangible de lo usualmente considerado. Energías productivas, organizativas, creativas, las capacidades invisibles de los pueblos”. Adquiere características de proceso endógeno “cuando es pensado, planificado, promovido e inducido por los actores comprometidos por el medio local: una sociedad local con actores capaces de controlar el proceso de desarrollo. Así, lo local define un compromiso, un conjunto de capacidades y una dirección endógena del proceso de cambio, más que una escala geográfica circunscrita al plano urbano y microrregional” (Madoery. 2008: 141).

METODOLOGÍA

La metodología seleccionada para el presente proyecto de investigación planteó la combinación de diferentes técnicas cualitativas, que permitieron evaluar la complejidad de las experiencias, así como su entorno y su actividad. Desde esta perspectiva, se intentó reconstruir históricamente las iniciativas de promoción turística desplegadas en la ciudad de Rosario mediante un criterio interdisciplinario. Dicha estrategia metodológica fue capaz de dar cuenta de los procesos económicos, políticos, sociales y culturales, analizando las características propias del caso bajo estudio, y aportando al mismo tiempo evidencia sobre el fenómeno en general. Por otra parte, también se combinó la inclusión de una perspectiva cuantitativa, con el fin de coleccionar y analizar información de tipo estadística proveniente de fuentes secundarias, que permitieron analizar el fenómeno bajo estudio en un contexto de transformaciones globales.

El objeto de investigación se abordó con diversas técnicas de recolección de datos y análisis. Se utilizaron fuentes de información de tipo primaria y secundaria. Se realizaron entrevistas en profundidad semi-estructuradas a informantes claves que se encontraron dentro de los grupos de actores seleccionados. Las técnicas de análisis de datos que se utilizaron fueron principalmente de tipo documental, aunque también se ejecutaron una combinación de otras técnicas que permitieron el análisis de material bibliográfico, de tipo gráfico, audiovisual, y estadístico.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Considerando que se alcanzó el objetivo planteado inicialmente se trabajó en la caracterización del sistema turístico local, identificando sus principales actores (Ministerio de Turismo de la Nación, Secretaría de Turismo Provincial, Secretaría Municipal de Turismo, Ente de Turismo, la Asociación Hotelero-Gastronómica, la Asociación de Agencias de Viajes, Asociación Empresaria y la Federación Gremial de Comercio e Industria) a partir de una reconstrucción cronológica de éstos. Se señalaron las diferentes etapas de desarrollo de las políticas turísticas, normativas vigentes, como así también se dio cuenta de las principales políticas públicas orientadas al sector (Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2010-2018). Asimismo, se recopilieron diversas normativas, planes y programas que rigen en materia turística a nivel nacional, provincial y municipal. Por último, se profundizó una de las líneas de trabajo que aborda la vinculación intrínseca entre deporte y turismo.

A partir de los trabajos realizados se puede asegurar que la construcción de una ciudad turística, la ciudad de Rosario supone la necesidad de pensar en una amalgama de actores tanto públicos como privados involucrados en el proceso de diseño, implementación y evaluación de políticas públicas.

Se observa en Rosario la centralidad de los actores públicos en la Planificación de iniciativas para el Sector Turístico. Un caso destacable que permite evidenciar esta dinámica fue la gestión y el posicionamiento de Rosario como organizadora de eventos deportivos de la talla de los III Juegos Sudamericanos de la Juventud, los Juegos Sudamericanos de Playa, el Mundial de Hockey, entre otros. En estos casos, el sector privado acompañó las iniciativas, pero los actores estatales tuvieron siempre la preponderancia y el liderazgo.

BIBLIOGRAFÍA

- Boisier, Sergio. «Una (re)visión heterodoxa del desarrollo (territorial): un imperativo categórico.» Territorios (Universidad del Rosario), nº 11 (enero 2004): 71-90.
- Durand, Luciano. La planificación estratégica como herramienta para el desarrollo local: el caso Rosario. (Tesis de Maestría). Rosario: UNSAM, Universidad Autónoma de Madrid, 2006
- Falção Martins H. y Fontes Filho J. “¿En quién se pone el foco? Identificando “stakeholders” para la formulación de la misión organizacional”. Traducido del portugués por Carlos Sanchez. Documento Presentado en el III Congreso Internacional del CLAD, Madrid, España, del 14 al 17 de Octubre de 1998
- García Pascual, F. (2017). Tres Décadas de Cambios en el Turismo Mundial: El impacto de la globalización en los flujos turísticos. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, Nro. 75. pp. 127-149.
- Hall, M. & Jenkins, J (2004): Tourism and Public Policy, en: Lew, A., Hall, M. & Williams, A. (eds.): A Companion to Tourism (pp.525-540). Oxford: Blackwell Publishing.
- Kerr, W. R. (2003). Tourism Public Policy, and the Strategic Management of Failure. Oxford: Pergamon
- Madoery, Oscar. Otro desarrollo. San Martín: UNSAM EDITA, 2008.
- O'Donnell G. y Oszlak O.: “Estado y políticas estatales en América Latina”. CEDES. Buenos Aires. 1976/]
- Vázquez Barquero, Antonio. «Desarrollo endógeno.» En Transformaciones Globales, instituciones y políticas de desarrollo local, de Antonio y Madoery, Oscar (Compiladores) Vázquez Barquero, 76-99. Rosario: Homo Sapiens, 2001.
- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la Racionalidad: Gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 14, Nro. 3. pp. 577-594.
- Velasco, M. (2011). La Política Turística. Una arena de acción autónoma. *Cuadernos de Turismo*, Nro. 27. pp. 953-969.
- Vinin, A. & Weimer, D. (2011). Policy Analysis. New York: Longman
- Weed, M. (2007). Sports and Tourism: A Reader. New York: Routledge

Eje temático N°1: Turismo, Políticas y Desarrollo

LA GESTIÓN PARTICIPATIVA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL DESTINADO A ORGANIZACIONES DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO, EN EL MARCO DE LOS ODS

Alegre Mercedes, Cáceres María Natalia, Bezos Roberto, Cáceres María José.
Facultad de Arte Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La experiencia de cátedra en contexto:

“La Gestión Participativa para el desarrollo turístico local destinado a Organizaciones del sector Público y Privado, en el marco de los ODS” es la denominación que recientemente ha adquirido una experiencia que se viene desarrollando en la Facultad de Artes Diseño y Ciencias de la Cultura en la carrera de Licenciatura en Turismo, desde ya hace 5 años, como proyecto de extensión (en el marco de las convocatorias de la facultad).

Dicha propuesta, comenzó en el seno de una cátedra de cuarto año, Taller de Práctica II: Gestión Participativa, de la carrera Licenciatura en Turismo, con el objetivo de poder ofrecer a los alumnos espacios de prácticas pre profesionales que les permitan entrar en diálogo con los nuevos modelos de conducir las organizaciones, tanto públicas como privadas, y que tienen como pilar fundamental la gestión de la participación.

La propuesta consistía en vincular a los alumnos con organizaciones (públicas y privadas) con el fin de encarar trabajos en territorio desde enfoques participativos, para pensar nuevas formas de planificación turística, y de este modo cumplir con el propósito extensionista de la Universidad Nacional del Nordeste. La riqueza de los resultados obtenidos despertó el interés de la cátedra para hacer que dicha información pudiese aportar al campo de las investigaciones en turismo, para ello se propuso una vinculación con la materia de Taller de Tesina, cuyo equipo de cátedra logró ubicar dichos trabajos en el marco de la metodología cualitativa de la investigación acción.

Pensando en los beneficiarios de la propuesta se dirá en principio que se asume al Turismo como un sistema complejo y abierto, en el cual intervienen una multiplicidad de actores. Es que como señalan Merinero Rodríguez y Pulido Fernández, (2009) “La gestión turística ya no recae exclusivamente en los touroperadores, encargados de empaquetar el producto, sino que se está produciendo un proceso de traslado de la responsabilidad al propio territorio, imponiendo nuevos retos a los actores que actúan en el mismo.” (p.178) Por tanto, se consideran beneficiarios de esta propuesta todos aquellos actores que son influidos pero también que pueden influir en la planificación de destinos u organizaciones turísticas: decisores políticos, comunidad local, prestadores de servicios, turistas, instituciones educativas, entre otras.

En cuanto al alcance de la propuesta merece mencionarse que al encararse la misma desde una unidad académica que pertenece a la Universidad Nacional del Nordeste, que tiene un carácter regional, las actividades propuestas tienen lugar en dos provincias: Corrientes y Chaco. A su vez comprende organizaciones de carácter tanto público como privado (cámaras, asociaciones de profesionales, entre otras).

Para los fines de la presente ponencia se recuperará la experiencia llevada a cabo con los alumnos en el año 2022. Durante ese período se ha trabajado con un total de 15 organizaciones, conforme se evidencia en la tabla que sigue:

Distribución de las organizaciones trabajadas por sector	
Sector Público	Sector Privado
Ente de Turismo de los municipios de: Caá Catí (Corrientes) Corrientes Empedrado (Corrientes) Itatí (Corrientes) Loreto (Corrientes) Paso de la Patria (Corrientes) Ramada Paso (Corrientes) San Luis del Palmar (Corrientes) Resistencia (Chaco)	Boureau Convention Cámara de Turismo de la Provincia de Corrientes Maitei. Asociación de prestadores de servicios turísticos de Loreto (Ctes.) Asociación de Prestadores de Servicios turísticos de de Caá Catí (Ctes.) Asociación de prestadores de servicios turísticos de San Luis del Palmar (Ctes.) Hotel Jardín del Paraná (Paso de la Patria-Ctes.)

Cuadro Elaboración propia del equipo de trabajo

Actividades desarrolladas

La experiencia de cátedra se organiza en torno a la metodología de planeamiento gestión propuesta por la FLACSO (Popovich, M.R.2006, p. 86). La misma se compone de tres etapas, conforme se observa en el esquema que sigue:



Esquema elaboración propia del equipo de trabajo, en base a Metodología FLACSO

Etapas	Actividades
Etapa Preparatoria	*Revisión documental (acerca del destino u organización) *Entrevista en profundidad (con el referente local o institucional)
Etapa de Implementación estratégica	*Diagnóstico participativo (Taller 1) *Taller Participativo (Taller 2)
Etapa de reformulación y Ajuste	*Evaluación del Taller *Informe Técnico *Informe de Investigación

Esquema elaboración propia del equipo de trabajo, en base a Metodología FLACSO

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

La presente propuesta reconoce sus fundamentos teóricos en la Teoría de Sistemas y en el Paradigma de la Complejidad.

El abordaje del Turismo desde el enfoque de la Teoría de Sistemas no es nuevo, por el contrario, se puede afirmar que existe una larga tradición en el tratamiento de lo turístico desde este abordaje.

Ahora bien ¿qué supone entender al turismo como sistema y aún más, como influye este enfoque en los nuevos modelos para conducir las organizaciones? Se dirá en principio que en un todo. Porque las organizaciones actuales (públicas como privadas) ya no pueden ser vistas desde enfoques tradicionales, con modelos verticalistas, sino que por el contrario deben pensarse desde enfoques más amplios, que asuman la conformación de estructuras horizontales, de organizaciones en red, donde el enfoque de sistemas, de la multiplicidad de elementos interviniendo en el todo, cobra especial peso.

Por otra parte, cabe preguntarnos ¿porqué pensar al Turismo desde el Paradigma de la Complejidad? En este sentido se dirá junto a Urdinarreta Ramírez (2001) que "...el paradigma complejo es perfecto para la investigación turística, pues es tal la complejidad del turismo, que un examen somero de su problemática está íntimamente ligado al principio de incertidumbre..." (p. 58).

Pensar en "La Gestión Participativa para el desarrollo turístico local destinado a Organizaciones del sector Público y Privado, en el marco de los ODS" requiere de la mirada conjunta de diferentes disciplinas. Por un lado, las ciencias políticas, desde las cuales podremos comprender los nuevos modelos de gobierno centrados en los principios de la gobernanza y en la participación ciudadana. Pero esos modelos de gobierno se encuentran con el desafío de definir el modelo de desarrollo que habrán de impulsar. En este sentido, desde los aportes de las ciencias económicas cabrá pensar en modelos de desarrollo más humanos como el que promueve el desarrollo local.

Finalmente, estos modelos de desarrollo tendrán que fundar sus pilares en una nueva ética, de una sociedad más comprometida con un desarrollo sostenido en el tiempo. En este sentido, los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) consideramos pueden ofrecer un marco que oriente las decisiones en los destinos turísticos.

Es que como señalan Pulido Fernández J.I y Pulido Fernández "La sostenibilidad del turismo necesita que los actores políticos, económicos y sociales que intervienen en la producción turística a cualquier nivel, local, regional, nacional, supranacional, alcancen entendimientos y logren sinergias..." (p. 68).

PRINCIPALES LECCIONES/CONCLUSIONES

Con base a la experiencia desandada en las 15 organizaciones es dable advertir algunos puntos de encuentro. El Primer y Segundo Taller Participativo llevados a cabo por los alumnos de la cátedra nos arrojan datos en torno a dos ámbitos de análisis: el destino y las organizaciones turísticas (tanto públicas, como privadas). Los resultados de los Talleres ponen en evidencian las problemáticas emergentes, como así también, las posibles líneas de acción tendientes a la solución de los problemas. Cabe aclarar que dado que se asume el trabajo desde un enfoque participativo, tanto los problemas como las soluciones son construidos a partir de las voces de los actores.

En el Destino	
Problemáticas detectadas	Posibles acciones
Falta de promoción de la oferta turística (comunicación externa)	De las problemáticas detectadas en el Primer Taller, los actores seleccionan solo una para trabajar en el próximo Taller y sobre ese eje se ofrecen posibles soluciones. Por tal motivo en lo que sigue se señalan las soluciones identificadas para algunas de esas problemáticas en el destino: *Talleres de sensibilización turística. *Creación de un Calendario de eventos. *Propuestas de actividades recreativas para el destino. *Participación en eventos provinciales. *Uso de redes para promocionar el destino.
Escasa conciencia turística de la población local.	
Falta de propuestas de políticas turísticas	
Escasa calidad de la oferta turística de alojamiento y gastronomía (Paso de la Patria-Itatí)	
Limitado desarrollo de la oferta turística en materia de alojamiento y gastronomía (Ramada Paso, Empedrado)	
Poca diversificación de la oferta (Itatí y Paso de la Patria)	
Falta de señalética turística	

Esquema de elaboración propia del equipo de trabajo

Organizaciones Turísticas (públicas y privadas)	
Problemáticas detectadas	Posibles acciones
Fragilidad institucional *Ausencia de organigrama *Falta de una declaración explícita de la estrategia organizacional (misión-visión - valores)	De las problemáticas detectadas en el Primer Taller, los actores seleccionan solo una para trabajar en el próximo Taller y sobre ese eje se ofrecen posibles soluciones. Por tal motivo en lo que sigue se señalan las soluciones identificadas para algunas de esas problemáticas de las organizaciones: *Agenda de eventos de las organizaciones. *Reuniones periódicas presenciales *Capacitaciones a los miembros de las organizaciones.
Déficit de comunicación externa Inexistencia de un trabajo en red con otros organismos vinculantes, sobre todo del ámbito privado.	
Déficit comunicación interna *Falta de participación activa y genuina de todos los miembros *Falta de vínculos entre los miembros. *Escasa difusión de las actividades desarrolladas.	
Escasa cualificación del talento humano	

Esquema de elaboración propia del equipo de trabajo

A partir de las problemáticas detectadas y de las posibles soluciones, la pregunta que subyace es ¿de qué modo las mismas se vinculan con los ODS y que tiene para aportar la Gestión Participativa? A este respecto se dirá que se asume que estos nuevos modelos para conducir las organizaciones, desde enfoque más abiertos y participativos, puede contribuir a:

- Contar con instituciones sólidas y fuertes (ODS 16).
- Generar alianzas formando redes para la gestión de destinos turísticos desde un enfoque sustentable (ODS 17).
- Propender al desarrollo local, valiéndose de las potencialidades con las que cuenta una comunidad para alcanzar un desarrollo a escala más humana (ODS 8).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MERINERO RODRÍGUEZ, Rafael y PULIDO FERNÁNDEZ Juan Ignacio (2009). Desarrollo Turístico Y Dinámica Relacional. Metodología De Análisis Para La Gestión Activa De Destinos Turísticos. Cuadernos de Turismo. N° 23. pp. 173-193 Universidad de Murcia. ISSN: 1139-786

POPOVICH, María Raquel (2006). Planeamiento Turístico. Universidad Nacional de Quilmes. Bernal.

PULIDO-FERNÁNDEZ, María de La Cruz; PULIDO-FERNÁNDEZ, Juan Ignacio. (2014) ¿Existe gobernanza en la actual gestión de los destinos turísticos? Estudio de casos. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 12, núm. pp. 685-705. Universidad de La Laguna. El Sauzal (Tenerife), España.

URDINARRETA RAMÍREZ, Carmen (2001). Reflexiones sobre epistemología del turismo.

CASTILLO NECHAR, Marcelino y PANOSSO NETTO, Alexandre. Epistemología del Turismo. Estudios críticos. Trillas.

Eje temático N°1: Turismo, Políticas y Desarrollo

APORTES EN TORNO AL DISEÑO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN TURISMO EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Córdoba María Gabriela.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Universidad Católica de La Plata

INTRODUCCIÓN

La presente ponencia presenta un avance de investigación realizada en el marco del Proyecto “*Producción del conocimiento y las políticas públicas en el ámbito del turismo en la Provincia de Buenos Aires 2019-2023*”, que se desarrolla en la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Católica de La Plata. Esta investigación surge a partir de la inquietud compartida por un grupo de docentes investigadores, cuya experiencia situada se ve interpelada por los desafíos transversales del turismo y el abordaje multicausal de los problemas públicos en el sector.

El objetivo del proyecto es indagar la vinculación entre la producción del conocimiento especializado y la toma de decisiones en el diseño de las políticas públicas referidas al turismo, desde el año 2019 a 2023 en la Provincia de Buenos Aires. Buscamos poner en diálogo desde una perspectiva distinta el conocimiento teórico referido al turismo y sus implicancias prácticas en el ámbito público en la formulación de políticas públicas en el ámbito subnacional.

El diseño de las políticas públicas turísticas en la Provincia de Buenos Aires están orientadas a la potencialidad que tiene el turismo para activar y/o contribuir económicamente al desarrollo local, en este sentido su diseño es para la producción, el consumo de sectores medios y populares, el desplazamiento a través del transporte público y privado, y la consolidación de la infraestructura turística, y dejan por fuera en el objetivo de sus diseños la singularidad del trabajo autogestionado, la economía no lucrativa, la organización asociativa y democrática, y no incluyen a la economía social y solidaria como actores propios del turismo. Sostenemos como hipótesis general que las políticas públicas turísticas no incluyen a la economía social y solidaria porque no se reconoce a estos agentes como actores propios del turismo, como parte de la economía y de la producción nacional. Por tal motivo, en el diseño de las políticas turísticas desde el Estado provincial, no es tenido en cuenta el trabajo autogestionado, la economía no lucrativa, la organización asociativa y democrática.

Con esta presentación buscamos dar nuestros primeros pasos en contribuir a generar información sobre las políticas públicas en turismo más importantes a nivel provincial, analizar las tendencias en el diseño de políticas turísticas y reflexionar en la inserción del turismo y la planificación de políticas públicas. Consideramos que es vital el fortalecimiento de estas iniciativas de vinculación entre la Universidad y las políticas públicas, a partir de estrategias de co-construcción de información, pensando a las universidades como un actor que puede aportar al sector mediante la identificación, sistematización y el análisis de las traducciones prácticas de la producción de conocimiento.

El posicionamiento desde el cual partimos es pensar al turismo con una fuerte vinculación con la estructura del Estado.

MARCO TEÓRICO

A continuación presentamos una breve referencia teórica y conceptual que utilizamos para el análisis del corpus como supuestos onto-epistemológicos, sin dejar de mencionar la perspectiva de la complejidad en la que se inscribe el desarrollo de la presente ponencia. Dado que nuestro foco de interés está centrado en indagar las políticas públicas, nos servimos de diversos estudios para abordarlo. Entendemos a las políticas públicas desde el posicionamiento de Oszlak y O'Donnell (1981), como un conjunto de acciones u omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación con el interés de otros actores de la sociedad civil, asumiendo a las políticas públicas como contexto de interacción de pluralidad de actores sociales para la toma de decisiones. Las prácticas subyacentes en el ámbito público constituyen un campo de actuación profesional que permite realizar un análisis permanente de las interacciones entre Estado y su vinculación con la sociedad, por lo tanto, debe estar en continua deconstrucción.

La capacidad estatal debe ser concebida desde un enfoque amplio, entendiéndose como una combinación de capacidades administrativas y políticas (Longo, 2006). En este marco de complejidad del sector estatal, se insertan las prácticas subyacentes en el ámbito público. Al incorporar la dimensión política se desprende que la capacidad estatal no es un concepto neutro, tiene especial relevancia los vínculos entre la ciudadanía y el acceso a derechos. En este sentido, el enfoque que abordamos es interpretar estas capacidades estatales se materializan especialmente en el proceso de formulación e implementación de políticas públicas, y condicionan el sentido, la eficacia y la efectividad del acceso a derechos sociales, económicos, culturales, civiles y políticos.

En cada momento histórico, las políticas públicas construyen determinadas identidades colectivas y al mismo tiempo legitiman determinadas demandas de colectivos, como temas de interés público y no otras. En consonancia con lo expresado también es interesante retomar la perspectiva de Anzorena (2013), que interpreta que la acción pública estatal no es un espacio estático con reglas rígidas de intervención, sino que está demarcado por fronteras móviles que se modifican constantemente.

Otro de los clivajes centrales de nuestra investigación es el turismo. Partimos de interpretar que este concepto se inscribe dentro de las ciencias sociales, dentro de sistemas y estructuras complejas y dinámicas, con diversos marcos institucionales y de acción; lo que se traduce en múltiples definiciones y formas de interpretación territorial (Balbo, Causich, Sangoy, 2021). En este sentido, tomamos la conceptualización que define al turismo como el con objetivos de descanso, recreación y creación: la ocasión del encuentro, el juego y la aventura; el tiempo de hacerse a sí mismo, haciendo sociedad (Mantero, 2013: 222).

Al ser nuestro objeto de estudio las política turísticas, el enfoque que adoptamos es de Pulido Fernández (2004: 67), quien define a la política turística como una política sectorial cuyo origen y fundamento está en la política económica general. Pero para este autor, tiene como característica dos aspectos que la complejizan. En este sentido, señala que la multisectorialidad dificulta la identificación de la actividad turística como una rama de producción al comportarse como una agrupación de sectores. A su vez destaca el protagonismo determinante que tiene la administración pública en la configuración de la oferta turística final de los destinos.

METODOLOGÍA

Para la realización de este trabajo implementamos una triangulación metodológica, recurriendo a técnicas cualitativas complementadas con técnicas cuantitativas, valiéndonos de fuentes primarias y secundarias.

Priorizamos las fuentes secundarias obtenidas del Poder Legislativo, mediante el análisis de leyes publicadas en la base de datos de difusión pública; y fuentes del poder Ejecutivo Provincial, dadas por documentos oficiales, e informes de gestión, que hace posible un acercamiento también de naturaleza interpretativa a los fenómenos en cuestión.

En cuanto a los actores sociales intervinientes, metodológicamente recurrimos al uso de técnicas cualitativas mediante entrevistas semi-estructuradas con los principales protagonistas de los procesos observados. El trabajo requiere un diseño metodológico flexible en el transcurso de su aplicación, puesto que se trabajará con diversas categorías emergentes. Asimismo, el investigador es el instrumento de la investigación, y esto implica no sólo obtener respuestas, sino aprender qué preguntas es conveniente hacer y cómo realizarlas.

DISCUSIONES EN TORNO A LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN TURISMO

En los últimos treinta años, se viene produciendo un proceso de democratización y masificación de la práctica turística a nivel global, situación que posiciona a este sector de servicios dentro de los más dinámicos.

A inicios del año 2020 la actividad turística a nivel mundial se vio interrumpida por la pandemia de COVID-19 declarada por la OMS. En ese escenario, el 15 de marzo de 2020 en Argentina, se anunció el comienzo del *Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO)*. Tanto el Poder Ejecutivo Nacional mediante el decreto de necesidad y urgencia (DNU N° 260/20) como la provincia de Buenos Aires con el Decreto N° 132/20 declararon el estado de emergencia sanitaria y ordenaron a las jurisdicciones respectivas a ejecutar todas las medidas necesarias para atender la emergencia y evitar la propagación del virus. Ello implicó el establecimiento de restricciones de distinta índole como las limitaciones a la circulación, la suspensión de actividades y el cierre de las fronteras. Las consecuencias de la pandemia sobre el turismo han sido notables y generalizadas. No obstante, estos impactos afectaron de manera desigual y asimétrica a los actores, territorios y comunidades del país (Fernandez Miranda, 2021).

Ante este nuevo contexto, el gobierno nacional y provincial tuvo un papel activo, e implementó políticas públicas que se dirigieron al desarrollo del turismo nacional para sus residentes. En octubre del año 2020, se reglamentó a nivel nacional la Ley de Sostentamiento y Reactivación de la Actividad Turística. Esta ley establece un marco general de la acción pública, y tuvo como objetivo garantizar el empleo y los emprendimientos turísticos, en diversas actividades, personas físicas y jurídicas, trabajadores y consumidores. A partir de ese momento, se fueron generando políticas complementarias a nivel nacional y provincial en referencia al turismo.

En el plano nacional, las políticas públicas se orientaron en particular al estímulo del consumo turístico, fundamentalmente a partir del Programa previaje, y políticas segmentadas también en la Provincia de Buenos Aires, destinadas a promover el consumo de familias con bajos ingresos, a adultos mayores y turismo estudiantil.

Asimismo, a nivel nacional se impulsaron políticas para el apoyo a la producción y el trabajo, mediante el subsidio para gastos de prestadores, líneas de crédito a tasa cero para el caso de pequeñas y medianas empresas, así como también ingresos extra a trabajadores y trabajadoras del sector.

Se hizo también hincapié en el financiamiento de infraestructura y capacidades turísticas, como el Programa 50 destinos para financiar 150 obras de infraestructura turística en destinos asentados y emergentes. En este sentido fue importante también la acción llevada a cabo mediante el Fondo de Promoción turística para que las provincias puedan promocionar los destinos principales mediante la realización de material audiovisual. Por último, es importante destacar que para pensar el futuro del turismo se impulsó el Consejo Interministerial para la apertura progresiva y responsable del turismo en el país, y se creó el Observatorio del Turismo Interno, con el objetivo de poder tener una mejor comprensión estructural del turismo.

Estos procesos conllevan a que la actividad turística sea un motor de desarrollo en la Provincia de Buenos Aires, con una fuerte vinculación con el territorio por su doble carácter de soporte y condición necesaria. En este marco, el Estado mediante las políticas públicas provinciales ha contribuido a una transformación en el turismo.

CONCLUSIONES PRELIMINARES

Observamos que las políticas públicas se planifican de arriba hacia abajo, sin tener en cuenta las propuestas de desarrollo local. No hay un apoyo de recursos provinciales para el fortalecimiento de lo público desde la territorialidad local. A modo de conclusiones preliminares, por tratarse de una investigación en curso, podemos señalar que se presenta como un desafío que se refleje es su traducción práctica en el territorio mediante las intervenciones desde la política pública. Es importante destacar que en el soporte normativo e institucional de las políticas públicas turísticas se entrelazan leyes nacionales o provinciales, articuladas con el sector privado y el tercer sector.

Para la Provincia, en el período que abordamos, el turismo es una actividad económica de servicios que se ve supeditada a la coyuntura nacional. El diseño de la política pública provincial no está pensado en la sostenibilidad desde lo social. Podemos señalar que la complejidad de la pandemia sirvió para generar políticas de gobierno provincial destinadas a la promoción y difusión de destinos, pero no se han gestado políticas de Estado.

BIBLIOGRAFÍA

Balbo, Causich, Sangoy, (2021) SOCIALES INVESTIGA. Escritos Académicos, de Extensión y Docencia No12, Julio-Diciembre 2021 (pp. 49-65). Villa María: IAPCS, UNVM.

Fernandez Miranda, Rodrigo (2021) Políticas públicas para el turismo en Argentina: oportunidades para un turismo solidario. Alba Sud. Investigación y comunicación para el desarrollo. Recuperado de: <https://www.albasud.org/noticia/es/1407/politicas-publicas-para-el-turismo-en-argentina-oportunidades-para-un-turismo-solidario> el 6/05/2023

Lahera, Parada Eugenio (2002) Introducción a las Políticas Públicas. Chile: Fondo de Cultura Económica

Longo, F., 2006. "Marco analítico para el diagnóstico institucional de Sistemas de Servicio Civil" en BID-DRP Informe sobre la situación del servicio civil en América Latina. Koldo

Mantero, J. C. (2013). Desarrollo turístico: de la ética de los principios a la práctica del turismo responsable. , 11, 217-227.

Oszlak Oscar y O'Donnell Guillermo, 1981. Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES), Buenos Aires, Documento G.E. CLACSO/Nº4.

Pulido Fernández, J. I. (2004). Referencias básicas para el análisis de la política turística en España. , 7, 1-8.

Eje temático N°1: Turismo, Políticas y Desarrollo

ENOTURISMO EN MENDOZA: NUEVAS MIRADAS PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL CENTRO-OESTE DE ARGENTINA

Bianchi Pablo, Silvestro Josemaría, López Miriam y Bordón Marisol.
Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Cuyo

INTRODUCCIÓN

El enoturismo, como actividad vinculada con el mundo del vino, involucra también el conocimiento de paisajes, culturas y tradiciones diversas. Pese a ser un turismo especializado en el vino, debe ser entendido como una actividad económica transversal y abierta, que armoniza la cultura con la naturaleza, de una manera integral.

La vitivinicultura y particularmente el vino como producto emblemático de nuestra región, constituye el elemento en torno del cual se desenvuelve la vida política, social y cultural de Mendoza, además de instituirse como base de su matriz productiva. El patrimonio industrial, cultural y paisajístico tiene en el sector vitivinícola uno de sus escenarios más integradores, con enormes posibilidades para la industria turística y la sostenibilidad de las zonas rurales vitivinícolas.

Esta investigación, que iniciamos recientemente, propone una nueva mirada sobre las actividades, productos y servicios que se ofrecen al turista-usuario-consumidor del enoturismo en Mendoza, promoviendo una diferenciación significativa frente a grandes competidores mundiales referentes del enoturismo. En tal sentido, busca identificar territorios enoturísticos infravalorados, entendiendo estos territorios, como la sumatoria de capas integradas, constituidas por un soporte geográfico o sustrato (suelo), las mejoras que sobre él se han proyectado (bienes) y las actividades, productos o servicios derivados de la agroindustria vitivinícola que, leídos en una lógica sistémica y atendiendo a su densidad histórica, originan “paisajes de la producción”, susceptibles de ser incorporados a los circuitos turísticos actuales, con el objeto de generar recursos para favorecer al desarrollo local. Específicamente, interesa indagar en las jurisdicciones administrativas de Luján de Cuyo y Maipú, por ser acreedoras de singulares cualidades, que las hacen depositarias de atractivos únicos dentro de la oferta del enoturismo.

Como hipótesis de partida, se postula que las experiencias memorables, sujetas al paisaje urbano-rural y su patrimonio, permitirían una resignificación del territorio, lo que otorgaría valor agregado a los circuitos del enoturismo actuales, propendiendo al desarrollo del turismo vitivinícola de Mendoza. Sostenemos que estas experiencias tendrían el carácter de “memorable”, al aportar a las actividades tradicionales del enoturismo (visita a bodegas, degustaciones, etc.) cuestiones vinculadas con el paisaje cultural de los ámbitos involucrados, es decir, relacionadas con su historia, tradiciones, patrimonio tangible e intangible y modos de vida de la comunidad.¹

¹ Se parte de los resultados preliminares de un proyecto de investigación previo, financiado también por la SIIP-UNCUYO, para el período 01/01/2019 al 31/12/2021, en el que se abordó una temática similar en la zona Central del turismo vitivinícola de Mendoza (bodegas en el Valle de Uco, principalmente).

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Respecto del turismo, la actividad ha ido evolucionando durante los últimos 20 años en torno a temas muy específicos que la identifican con una marca propia. Primero se dio el fenómeno de los vinos “Malbec”, luego aparecieron los vinos espumantes y actualmente se desarrolla el turismo vitivinícola con importantes innovaciones. En la actualidad el enoturismo o Turismo del Vino que es una de las variantes de este turismo temático, busca incorporar valor agregado a la propia actividad vitivinícola sobre la base de desarrollar nuevas experiencias relacionando la producción, el paisaje rural y su patrimonio tangible e intangible. Existe una larga historia de la producción del vino como se observa en muchas ciudades europeas, sin embargo, el fenómeno del enoturismo es bastante más reciente. En los últimos años, investigaciones realizadas a nivel mundial (Dobb 1995 y Fuller, 1997) han demostrado los beneficios que estos tours del vino representan sobre la industria en general, y particularmente en bodegas y su paisaje (Carlsen y Charters, 2006). Sin embargo, algunos estudios relacionados con el turismo del vino, han demostrado que no es suficiente con mostrar “cómo producimos el vino” como objetivo primordial de la visita, sino que es necesario cautivar al potencial turista con nuevas experiencias que satisfagan sus sentidos. Este es el cambio que generó Australia, lo que le permitió transformar la actividad turística en un importante valor agregado a la industria, aumentando en su caso prácticamente un 20% el número de visitantes por año, contado desde la década de los 90 y posicionándola así en los primeros puestos a nivel mundial (Jolley, 2003).

Pero fue recién, en Napa Valley California, donde el turismo y sus experiencias previas llevaron a esta actividad a transformarse en un “gran negocio del vino” y del reconocimiento de su entorno cultural y patrimonial (Merino, 2003). En nuestra región, y en particular Mendoza, es importante la asociación de este tipo de turismo con el valor patrimonial del lugar y el paisaje no sólo rural sino también (actualmente de manera muy particular por los sondeos que muestran las encuestas a nivel mundial), el paisaje urbano, que en muchos casos -Mendoza es en cierta medida paradigma de esta estructura territorial- tiene en su tejido urbano fuertemente marcado por la actividad vitivinícola. Por esta razón, una manera diferenciadora y distintiva de hacer conocer a la provincia como región vitivinícola y de transformación del territorio pasaría por incorporar el paisaje urbano, con su patrimonio, al enoturismo. En este sentido, Joaquín Sabaté Bel y Galindo González (2009) en “El valor estructurante del patrimonio en la transformación del territorio”, sugieren una técnica para la lectura del territorio revelando lo que se conoce como “El Código Genético del Territorio”, que expone al mismo como resultante de capas superpuestas a lo largo de la historia.

El valor diferenciador del patrimonio y del paisaje local no puede dejarse de lado al considerar cuestiones referidas a la cultura del vino y su producción. Carriles, casas patronales, bodegas, entornos urbanos y rurales constituyen áreas y conjuntos de gran riqueza paisajística y arquitectónica, forjadas en el devenir histórico de Mendoza como tierra propicia para el cultivo de la vid. Pero también como un lugar apropiado para desarrollar la vida.

Por su parte, García Canclini (1999) refiere a los usos sociales del patrimonio cultural. Pone en valor la acción de las comunidades depositarias del patrimonio de los pueblos y la posibilidad real de generar recurso a partir de proponer relaciones virtuosas entre el patrimonio y la comunidad: “algunos autores empiezan a vincular el patrimonio con otras redes conceptuales: turismo, desarrollo urbano, mercantilización, comunicación masiva. Estos términos son mencionados casi siempre como adversarios del patrimonio: desafíos o agresiones exteriores que proceden de universos distintos. Aquí partiremos de la

hipótesis opuesta. Nos parece que estas referencias recurrentes son el síntoma de una relación fundamental entre el patrimonio y lo que suele considerarse ajeno a su problemática. Muchas de las dificultades que obstaculizan la teorización y la política cultural en esta área proviene de una inadecuada ubicación del patrimonio en el marco de las relaciones sociales que efectivamente lo condicionan.” (García Canclini, 1999:16). Por este motivo adherimos en esta investigación a esta posibilidad de considerar el patrimonio como un recurso, un activo concreto para nuestra sociedad.

OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

Como objetivo general, esta investigación busca estudiar e identificar territorios turísticos infravalorados, en los municipios de Luján de Cuyo y Maipú, con el fin de vincular, con base en la consideración holística previamente descrita, las cualidades históricas, el patrimonio cultural y ambiental, los bienes tangibles e intangibles propios de las comunidades, los desarrollos y servicios actuales vinculados con el enoturismo y el territorio, con el propósito de estimular las economías locales y acrecentar de manera sustentable sus “activos existentes”, por medio de experiencias memorables que otorguen valor diferencial a la tradicional oferta del enoturismo.

A nivel de objetivos particulares esta investigación busca:

- 1) Determinar circuitos del enoturismo a partir de experiencias memorables, por medio de la identificación de un conjunto de cualidades poco visibilizadas en la oferta existente.
- 2) A partir del análisis de los recursos potenciales del paisaje cultural y del patrimonio tangible e intangible, establecer los significantes relevantes de las experiencias memorables.
- 3) Identificar los atractivos turísticos que impactan sobre el usuario al momento de elegir o seleccionar una oferta de enoturismo.
- 4) Fortalecer la red de patrimonio local, por medio de la puesta en valor de los conjuntos existentes en los recorridos turísticos, vinculados con los centros urbanos de referencia (Luján de Cuyo y Maipú).
- 5) Propender a la conformación de una base de datos que aporte al Plan Provincial de Ordenamiento Territorial, en relación con sus respectivos planes de acción municipales, identificando corredores relevantes dentro del territorio productivo, y en la vinculación de estos con los centros urbanos de referencia.

METODOLOGÍA

En función del objeto de estudio esta investigación optará por la combinación de técnicas que provienen de metodologías cualitativa y cuantitativa, con la finalidad de ofrecer una visión mucho más amplia del objeto de estudio y así elaborar unas conclusiones más exhaustivas sobre el problema identificado. Así pues, el “Estudio de casos”, el “Análisis de contenidos” y un conjunto de “Encuestas cerradas y abiertas” serán las que conformarán el enfoque metodológico.

En cuanto a las técnicas y herramientas aplicadas en la investigación, el uso de entrevistas en profundidad a personajes claves, tiene como objetivo determinar los casos de estudios más importantes a investigar, permitiendo a la par, una constatación empírica a partir de un análisis de contenido vertidos por los personajes claves (ingenieros agrónomos, economistas, historiadores, sociólogos, arquitectos, etc.). A partir de aquí, sería posible obtener los aspectos más representativos de las dos regiones representativas del estudio. Asimismo, las variables en formato de categorías y subcategorías serán evaluadas a través

de encuestas cerradas y abiertas siendo las primeras, parte del análisis cuantitativo del proyecto de investigación. Una de estas variables a estudiar tiene que ver con la importancia o no que posee el paisaje rural y urbano así como su patrimonio tangible e intangible en el reconocimiento social en la sociedad mendocina y visitante proveniente del enoturismo.

Es importante destacar que parte del material cualitativo de esta investigación emerge en forma de texto y prácticas discursivas (las entrevistas, los documentos gráficos y escritos) para luego dar paso a una comparación de datos obtenidos mediante técnicas y herramientas cuantitativa (en nuestro caso encuestas). Esta comparación de datos mediante la aplicación de la Grounded Theory tiene como intención el desarrollo de áreas y sub-áreas de análisis interpretativo, estableciendo anotaciones (códigos) que se dirijan a desarrollar categorías y subcategorías para el análisis interpretativo de los casos de estudios seleccionados.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La primera fase de este trabajo, que desarrollamos en parte durante la pandemia de CORONAVIRUS en 2020, se combinó el uso de datos primarios y datos secundarios. En esa oportunidad, se caracterizó la demanda del turismo vitivinícola en la región central de Mendoza (Valle de Uco), mediante dos tipos de encuesta, una dirigida a enoturistas y la otra a turistas en general. Se diseñaron dos tipos de instrumentos semiestructurados. Las encuestas a turistas se realizaron de manera presencial y virtual. Las preguntas se estructuraron de acuerdo a cuatro grandes bloques: características socio- demográficas del turista; elementos básicos del viaje y aspectos relacionados con la visita a la bodega. Además se buscó indagar en las actitudes y motivaciones relacionadas con la propia visita y comportamiento de compra del turista. Las variables utilizadas para caracterizar al enoturista incluyeron preguntas relacionadas al lugar de residencia, género, profesión u ocupación, educación, edad y el tipo de alojamiento.

Por otra parte, para analizar la dimensión turística se recurrió a fuentes secundarias oficiales tales como: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas de Mendoza (DEIE), Bodegas de Argentina (BDA), Observatorio Vitivinícola Argentino, Corporación Vitivinícola Argentina (COVIAR) y Observatorio Para el Turismo Sostenible en Mendoza.

Las segundas encuestas fueron realizadas a público en general que haya visitado bodegas o estado en relación a actividades enoturísticas y vitivinícolas. El propósito fue recolectar información de carácter estratégico, que conlleve a la aplicación de futuras acciones tácticas, tales como la elaboración de proyectos estratégicos y acciones aplicadas al territorio de cara a mejorar la oferta enoturística de la Región Centro de Mendoza (propuestas de circuitos, equipamientos urbanos y rurales, etc.). El enfoque metodológico se planteó con un criterio que llevó a generar encuestas exploratorias cuyo propósito es tener un primer acercamiento a las actividades *enoturísticas-vitivinícolas* y a las *expectativas* del enoturista junto con las propias del ciudadano local. Asimismo, el instrumento utilizado (encuestas semiestructuradas) de forma exploratoria se orientó hacia el consumidor o usuario, buscando comprender sus conductas al momento de adquirir productos o servicios. Además, la forma de obtención de datos se hizo por medio de formulario digital en el año 2021 debido a la situación de pandemia. Los datos obtenidos fueron organizados, tabulados y analizados con un total de 171 encuestas. Las mismas se desarrollaron entre mayo y octubre del 2021. Los resultados preliminares muestran que el 85% de los encuestados acudió a Mendoza motivados por conocer

paisajes vitivinícolas. En segundo lugar, un 73% afirmó que los paisajes de montaña eran el atractivo principal. Respecto de la arquitectura de bodegas, un 28% contestó que constituía una motivación para realizar el viaje. Finalmente, tanto la vendimia como los sitios históricos y/o patrimoniales, resultaron con los guarismos más bajos, con el 7% y el 3% respectivamente.

Respecto de la vivencia de experiencias memorables en las actividades propias del enoturismo (como pisar la uva, cosechar, hacer vino, etc.) un 67% de las respuestas válidas fueron afirmativas, lo que confirma una necesidad de los turistas por vincularse con aspectos sensoriales y de tipo experiencial en sus visitas.

De allí se desprende que, para las zonas propuestas en esta nueva fase de la investigación, sea muy posible que valores vinculados al lugar y direccionados al conocimiento del patrimonio tangible e intangible, puedan incorporar un plus a la oferta del turismo vitivinícola "clásico". Lo que se ha podido verificar hasta el momento, al menos en el departamento de Maipú, es que existe una voluntad de la dirigencia política (áreas municipales vinculadas con el turismo cultural y el turismo vitivinícola), por complementar las experiencias del enoturismo con las de los circuitos histórico-culturales del departamento, por ejemplo el de la zona Este que, de forma adicional al circuito del casco histórico, pondría en valor la zona de General Ortega, el Camino Real de las postas que vinculaba con Buenos Aires y el nodo educativo productivo del conjunto Salesiano de Don Bosco, en Rodeo del Medio, a la par que se vinculan estos jalones históricos con emprendimientos bodegueros y aceiteros de mediana y pequeña escala.

BIBLIOGRAFÍA

- CARLSEN, J. y CHARTERS, S. (2006). *Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing*, CABI Publishing
- DOBB, T. (1995). Opportunities and pitfalls of tourism in developing wine industry. *International Journal of Wine Marketing* 7(1). Pág. 5, 16.
- FULLER, P (1997). Value adding the regional experience. *Australia and New Zealand Wine Industry Journal* 12(1). Pág. 35, 39.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1999). "Los usos sociales del patrimonio cultural" En *Aguilar Criado, E. (Dir). Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. pp. 16-33.
- IBÁÑEZ, M. P. B. (2013). El patrimonio industrial y los nuevos modelos de gestión cultural. *Artigrama: Revista del Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Zaragoza*, (28), 55-82.
- JOLLEY A. (2003). *Turismo del Vino en Australia*. Centro de Estudios Estratégicos. Universidad de Victoria. Melbourne.
- MERINO J. (2003). California se destaca por su turismo vitivinícola. *Turismo Enológico: Una actividad estratégica para el desarrollo del sector*. *Revista Vinos y Viñas*, N° 987.
- SABATÉ BEL, J., & GALINDO GONZÁLEZ, J. (2009). EL valor estructurante del patrimonio en la transformación del territorio. *Apuntes: Revista de estudios sobre patrimonio cultural - Journal of Cultural Heritage Studies*, 22(1), 20-33.
- SABATÉ BEL, J. (2006). De la preservación de patrimonio a la ordenación del paisaje. En *El Paisaje y la Gestión del Territorio. Criterios Paisajísticos en la Ordenación del Territorio y Urbanismo* (págs. 329 - 342). Barcelona: Diputació Provincial de Barcelona.

Eje temático N°1: Turismo, Políticas y Desarrollo

DESCIFRANDO LAS DIFERENCIAS ENTRE GENTRIFICACIÓN Y TURISTIFICACIÓN

Marenzana Natalia Lorena, Martínez María de la Paloma, Herrero José Martín, Villaverde Luis David, Wojtiuk Jessica Romina, Srur Micaela, Gallardo Daiana, Ibarra Ariana, Molina Javier, Mansilla María Luz, Danloy Stella Maris.

Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue

INTRODUCCIÓN

El presente, forma parte del proyecto de investigación T069 de la Facultad de Turismo (Universidad Nacional del Comahue, Neuquén) denominado « Transformaciones socioespaciales de la turistificación en ciudades de la Norpatagonia Argentina. Caso: San Martín de los Andes (Neuquén) y San Carlos de Bariloche (Río Negro)», el cual tiene por objetivo general “analizar el proceso de turistificación y sus transformaciones socioespaciales en dos destinos turísticos de la Norpatagonia Argentina (S.C. de Bariloche y San Martín de los Andes, provincias de Río Negro y Neuquén respectivamente), a fin de construir indicadores que permitan a los gestores locales diseñar políticas de intervención que minimicen las consecuencias negativas y maximicen las positivas”. Debido a que el proyecto inicia el presente año, el avance que se viene realizando está vinculado principalmente, con el abordaje teórico de la turistificación, retomando algunos resultados de trabajos anteriores de los autores.

De la lectura y presentación en otros eventos científicos, las dudas están vinculadas a que existen escritos que no son lo suficientemente claros al momento de hablar de gentrificación y turistificación. Por ello, el equipo de trabajo considera relevante plantear una instancia de clarificación de ambos conceptos, como punto de partida para su abordaje.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

SCB y SMA han experimentado cambios a lo largo del tiempo en los cuales el fenómeno del turismo —y aunado últimamente a la pandemia y post pandemia Covid-19— ha tenido considerables implicancias en el proceso de configuración territorial. Por ejemplo, el último período para el caso neuquino significó un alza interanual del 12,9% respecto a su población censada en 2010 (con un registro de 3700 cambios de domicilio contabilizados, Diario La Mañana de Neuquén 04/02/22); y desde el campo académico se han analizado las implicancias económicas del turismo en SMA ante el contexto de la crisis sanitaria (Otero, Rodríguez y Wojtiuk, 2021), las opiniones de los residentes sanmartinenses sobre el *overtourism* (Escudero Gómez y Martínez, 2020), y los desarrollos inmobiliarios de tipo residencial y turístico en SMA (Hürstel, 2013), por mencionar sólo algunos. Asimismo, en el caso rionegrino existen variadas investigaciones sobre las problemáticas de disputas territoriales —de las cuales parte de éste equipo de investigación viene abordando desde el año 2010: migraciones de amenidad (Otero, 2010; 2014), Competitividad turística (Otero, 2010), Postturismo (González, 2018)—, así como también existen estudios emprendidos por la U.N. de Río Negro: la Urbanización y el hábitat (Guevara, 2018), Expansión urbana y migración (Matossian, 2014), construcción

simbólica del turismo (Barrios García Moar, 2018), el impacto económico de la pandemia en la actividad turística (Niembro *et al.*, 2021), transformaciones territoriales (Civitaresi y Colino, 2019), problemáticas y restricciones de acceso al suelo (Guevara, 2015), empleo en turismo (Pantano *et al.*, 2015), turismo en áreas protegidas (Vejsbjerg, 2019), análisis de la ordenanza de participación municipal en la renta diferencial (Medina, 2013); mientras que Guevara, Medina y Bonilla (2017) abordan de manera rigurosa la demanda y déficit habitacional SCB, sin ahondar en ese informe acerca de las causas del déficit en su vinculación con el turismo. Igualmente, desde el Estado Municipal solamente se han analizado las expectativas de viaje de la demanda turística postpandemia², y no el fenómeno de la turistificación.

Para abordar la turistificación, resulta relevante analizar también otros términos como gentrificación, dado que si bien poseen un rasgo en común (desplazamiento de habitantes) sus consecuencias son diferentes. Para ello, es relevante recurrir al abordaje de autores como Cañada y Murray (2019), Knafou (1992), De la Calle Vaquero (2019), Díaz y Sequera, (2021), Gotham (2005), Cocola-Gant (2018), Hiernaux-Nicolas y González (2014), Mansilla (2019), Jover & Díaz (2019), entre otros. Las principales diferencias radican en el perfil de la población, usos del suelo, tejido comercial y el uso de las viviendas (Hernández Cordero, 2021, 135), a los que Barrero y Jover (2021) coinciden e incorporan otros como el espacio público, la arquitectura mayor, la tipología tradicional y los tipos de resistencias.

METODOLOGÍA

La metodología plantea, en este primer momento del proyecto, un abordaje de triangulación teórica de diversos autores, en un análisis netamente cualitativo.

Se incluyen preguntas realizadas a dos autores referentes del tema (Dr. Iban Díaz Parra de la Universidad de Sevilla, Departamento de Geografía Humana; y Dr. Adrián Hernández Cordero de la Universidad Autónoma Metropolitana de México), en el marco del Coloquio Internacional. Gentrificación urbana y turística en las ciudades, nuevas perspectivas y desafíos realizado en abril del presente año.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Resulta interesante analizar el origen de ambos términos, para comprender la diferencia:

- Gentrificación ha sido atribuido a la socióloga británica Ruth Glass, en 1963, quien estudiaba el caso de Londres (Iou y Blanck, 2011), definiéndolo como aquellos cambios que acontecían en determinados barrios de la ciudad, donde el agente gentrificador son nuevos residentes que poseen un poder adquisitivo más elevado (López-Villanueva & Vallbona 2021, Iou y Blanck, 2011). El término surge de traducir del inglés *gentry*, para hacer alusión a la “aristocratización” del espacio residencial, buscando hacer referencia a la burguesía británica (Perren y Cabezas, 2016, 154).
- En tanto que turistificación fue definido en 1996 por Knafou y aún no ha sido incorporado en el diccionario de la Real Academia Española. Dicho autor lo conceptualizó como un proceso donde el turismo, a través de un grupo, actor o agente de un espacio se apropia de cierta parte de un territorio, es decir, “un sitio se convierte en enclave turístico” (como lo reinterpreta Hernández Cordero, 2021, 131). Knafou (1996) plantea que la turistificación puede estar inducida por: los hábitos y prácticas sociales de los turistas, y/o mercado, como modelador de productos turísticos, y/o la acción territorial de los gestores territoriales.

Aquí se aprecia claramente una de sus principales diferencias, mientras que en la gentrificación el desplazamiento de población local de menores ingresos se debe a residentes con mayor nivel económico; la turistificación se debe al reemplazo de población local por turistas. Asociado a estos dos públicos diversos, se generan una reconfiguración territorial diferenciada, donde en un caso son cambios en el consumo del espacio residencial de mayor nivel económico, en tanto que en el otro caso el vector de transformación urbana es el turismo.

Los cambios en el consumo de ese espacio, poseen algunos aspectos en común en ambos casos, con implicancias diferentes.

Perren y Cabezas (2016) analizan el caso de Estados Unidos, mencionado que la gentrificación se caracteriza por:

- 1) Una oleada migratoria con recambio de población
- 2) Transformación cultural de los espacios.
- 3) “Trae consigo un mecanismo de redistribución de la población en el tablero urbano y un nuevo patrón de segregación residencial” (Perren y Cabezas, 2016,133)
- 4) Renovación urbana

Mientras que De la Calle Vaquero (2019) identifica que en el caso de la turistificación, los cambios que se aprecian son generalmente:

- 1) Incremento de presencia de visitantes en el espacio,
- 2) Aumento del sistema de apoyo público para visitantes y actividades concentradas en determinados lugares de la ciudad, donde se concentran elementos de interés turístico,
- 3) Incremento de demanda de servicios, asociado con desarrollo de oferta de hospitalidad de población foránea.
- 4) Cambios en la oferta comercial, antes orientada a los residentes y actualmente a turistas. Asociado a esto, se modifican precios, idiomas y horarios de atención,
- 5) La conversión de la vivienda en una nueva mercancía turística, y
- 6) La creación de un paisaje con predominio de elementos turísticos.

Algunas de estas manifestaciones, poseen un marco teórico específico que brindan aportes concretos para profundizar su abordaje:

1. El incremento de visitantes se vincula con el overtourism abordado por Ribeiro de Almeida *et al.* (2020), el cual se entiende como el fenómeno donde los residentes y turistas perciben que existe un exceso de visitantes, donde la calidad de vida y de la experiencia comienza a ser inaceptable (Goodwin, 2017).
2. Aumento de sistema de apoyo en determinados lugares de la ciudad está emparentado con los procesos de activación patrimonial (Castro, 2020) o Patrimonialización turística (Bustos Cara, 2004 y Troncoso y Almirón, 2005, entre otros) la cual se define como un “proceso voluntario de incorporación de valores socialmente construidos, contenidos en el espacio-tiempo de una sociedad particular y forma parte de los procesos de territorialización que están en la base de la relación entre territorio y cultura” (Bustos Caras, 2004, 11). Otros autores, como Vera Rebollo *et al.* (1997) y Mantero *et al.* (2010) amplían el abordaje, mencionado que en ese proceso de puesta en valor, implica también la construcción de equipamiento necesario para brindar servicios vinculados al alojamiento, gastronomía, transporte, recreación, así como también los servicios que complementan las prestaciones turísticas (tales como bancos, comercios, etc), e infraestructura que permita la accesibilidad al lugar (vías de comunicación: aérea, terrestre, marino, etc).

3. Asociado a lo anterior, la tercer manifestación que menciona De la Calle Vaquero (2019) posee relación directa con los procesos de migración de amenidad, que se define como aquella "migración llevada a cabo por personas que habiendo sido turistas en un determinado destino, deciden regresar a él ya no para visitarlo, sino para constituirse en habitantes del mismo" (Moss, 2006, 3).

4. La conversión de la vivienda como mercancía se relaciona con el avance de las denominadas plataformas de alojamiento colaborativo (Franch Fluxà, 2018), la cual se basa en el principio de economía colaborativa (EC), que "se caracteriza por el intercambio de activos y habilidades propias a través de las nuevas tecnologías. Se basa en la confianza, en la reputación, y en ella predomina el acceso a los bienes, a su uso y utilización, antes que la propiedad o exclusividad de los mismos. En definitiva, un mercado en el que el individuo es más activo y está más implicado, facilitando las transacciones, y en el que los perfiles tanto del oferente (productor, profesional, particular), como de la propia actividad (empresarial, privada), se desdibujan, lo que genera una mayor dificultad jurídica a la hora de regularla" (Rodríguez de Almeida, 2018, 431).

La EC implica un nuevo patrón de consumo que también es aplicable a los servicios turísticos, principalmente al alojamiento, con plataformas como *Airbnb*, *HomeAway* o *Wonowo*, entre otros.

5. Los paisajes con predominio de elementos turísticos, en su dimensión positiva se relaciona con la regeneración urbana (Rodrigues-Malta, 2001 y Balarezo, 2019) que "conciene a la restitución de las características de un tejido urbano perdidas por la degradación física (a menudo equiparada a degradación social), la pérdida de funciones urbanas, la desvalorización de rentas, el declive de población y de actividades económicas "(Centro Operacional de Poblamiento y Vivienda, 1974; Couch, Fraser y Percy, 2003; Smith, 2012 en Delgado, 2020). Mientras que en lo negativo, puede transformarse en la denominada urbanización, la cual se define como "la banalización del espacio urbano donde además se aprecia la pérdida de elementos singulares que le otorgaban rasgos propios, dando lugar al surgimiento paisajes estandarizados o aterritoriales: más que una ciudad para ser habitada a diario, se configuran como un espacio urbano diseñado para ser visitado intensivamente y a tiempo parcial" (Muñoz, 2008, s/r).

Mientras que la turistificación puede contar con impactos positivos, como la revitalización de zonas deprimidas para su inclusión al sistema turístico, Díaz Parra (2022) precisa que "la razón por la cual la gentrificación no puede ser nunca positiva es precisamente porque muestra el poder desigual de distintos grupos humanos sobre el espacio y cómo sus intereses no son armonizables por el mercado"(43).

Por ello, no se pueden emplear como sinónimos los términos gentrificación y turistificación, porque los implicados son actores diferentes, y las consecuencias en la configuración del espacio, como se mencionó anteriormente, son distintas. Asimismo, resta analizar con mayor detalle lo que Cocola Gant propone como gentrificación turística, donde el autor portugués propone al turismo el agente gentrificador, pero por el momento, el grupo considera que esta definición, lejos de ser un punto de conexión entre ambos fenómenos (en coincidencia con Dr. Iban Díaz Parra, 2023), genera confusión en su abordaje.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balarezo, A. G.(2019). Regeneración urbana integral desde el componente socio-cultural del patrimonio militar; estudio de casos del Fuerte General de División Rafael Hoyos Rubio en el Rímac desde sus actores locales. Tesis de maestría, Universidad Ricardo Palma.
- Barrero, M., y Jover, J.(2021). Paisajes de la turistificación. Cuadernos Geográficos, 60(1), 13-34.
- Barrios García Moar, G.(2018). Modelos de desarrollo territorial y conflictos en San Carlos de Bariloche y El Bolsón. En Pérez Roig, Barrios García y Acebrud (Coord). Naturaleza, territorio y conflicto en la trama capitalista contemporánea. Buenos Aires: Extramuros Ediciones, 291-311.
- (2019).Modelos de desarrollo territorial y conflictos en SCB y El Bolsón. Extramuros, 288-311.
- Bustos Cara, R.(2004). Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. Aportes y Transferencias, 8(2), 11-24.
- Cañada, E. y Murray, I.(2019).Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo. España: Icaria Editorial.
- Civitaresi, H.M. y Colino, E.(2019). Turismo, transformaciones territoriales y resiliencia: Bariloche como evidenciade una ciudad turística intermedia argentina. Revista de Estud. Latinoamericanos sobre Reducción del Riesgo de Desastres REDER, 3(1),41-52.
- Cocola-Gant, A.(2018). Tourism gentrification. En Lees y Phillips (Eds.) Handbook of gentrification studies. Edward Elgar, 281-293.
- De la Calle Vaquero, M.(2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 83(2829), 1-40.
- Diario La Mañana de Neuquén (04/02/2022). Saloniti: La gente notó que mi gestión es de mucho trabajo. <https://www.lmneuquen.com/saloniti-la-gente-noto-que-mi-gestion-es-mucho-trabajo-n882225>
- Díaz, I. y Sequera, J.(2021). Introducción al número especial Turistificación y transformación urbana. Cuadernos Geográficos, 60, 6-12.
- Diaz Parra, I. (2022). Vender una ciudad. Gentrificación y Turistificación en los centros históricos. Universidad de Sevilla: España.204.
- Escudero Gómez,L.A. y Martínez Fernández, M.P.(2020). Comunidades anfitrionas frente al over tourism un estudio comparado entre San Martín de los Andes (Argentina) y Toledo (España). En Pons,Romero, Navalón, Troitiño y Blázquez Salom(eds.).Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism.Soc. Balears, 31.
- Franch Fluxà, J. F.(2018). Las comunidades autónomas ante el alojamiento colaborativo. Aspectos Legales de La Economía Colaborativa y Bajo Demanda en Plataformas Digitales, 221-243.
- Gonzalez, R.(2018). Post Turismo y territorialidades en disputa en destinos turísticos de montaña de la Patagonia Norte. FaTu. UNComahue.
- Goodwin, H.(2017). The Challenge of Overtourism. Responsible Tourism Partnership Working Paper 4, 1-18.
- Gotham, K. F.(2005). Tourism gentrification: the case of New Orleans VieuxCarre. Urban Studies, 42(7), 1099-1121.
- Guevara, T.(2015). Bariloche: problemáticas y restricciones en el acceso al suelo urbano. Desde la Patagonia difundiendo saberes, 12(19), 46-53
- Guevara, T.(2018).Urbanización y hábitat en Bariloche: Ciudades que habitan una ciudad. Viedma: Editorial UNRN.

- Hiernaux-Nicolas, D. y González, I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista Geografía Norte Grande*, 58, 55-70.
- Hurstel, S.(2013). Caracterización de la expansión de desarrollos inmobiliarios de tipo residencial y turístico por sobre las áreas de montaña de alta fragilidad ambiental. Caso de estudio San Martín de Los Andes. Facultad de Turismo, UNComahue.
- López-Villanueva, C. y Vallbona, C.(2021). Gentrificación y turistificación dinámicas y estrategias en Barcelona. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 21 (1). 1-27
- Perren, J. y Cabezas, S (2016). Interpretando la Gentrificación: Antecedentes, Problemas y deriva.
- Knafou, R.(1992) L' invention du tourisme. En: A. Bailly; D. Pumain & R. Ferras (Dir.) *Encyclopédie de Géographie*. 89 3-906.
- Mansilla, J.(2019). Turismo y gentrificación. La reestructuración social, económica y espacial de tres ciudades de Europa y América Latina. *Tendencias Sociales, Revista de Sociología*, 4, 5-25.
- Matossian, B.(2014). Proceso de expansión urbana, actores y desigualdades. *Estudios sociales contemporáneos*, 10, 59 - 68.
- Muñoz, F.(2008). *urBANALización. Paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Niembro, A., Savarese, M., Sarmiento, J., Rivas Bergant, A., y Kozul, R. (2021). Impactos de la pandemia en Bariloche (Argentina): Un abordaje cuantitativo-cualitativo de sus efectos en la trama turística local (abril 2020-abril 2021). *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* 19(2), 55–82.
- Nofre, J. y Sequera, J.(2019). Dinámicas urbanas y turistificación en el barrio de Alfama (Lisboa): una aproximación a los condicionantes históricos y políticos en el proceso de Airbnbización. *Estudios Geográficos*, 80(287), 1-15.
- Otero, A.(2010). *Post-turismo y Movilidades. Competitividad sustentable de destinos*. FaTu. UNComahue
- Otero, A.(2014). *Migración de Amenidad en Destinos Turísticos de Montaña de la Norpatagonia. Transformaciones Territoriales e Innovaciones Culturales*. FaTu. UNComahue
- Otero, A.; Rodríguez, M. y Wojtiuk, J.(2021). Impactos de la crisis sanitaria del COVID-19 en un destino postturístico de la norpatagonia andina. Caso: SMA, Provincia de Neuquén, Argentina. *Aportes y Transferencias*; 19(1), 1-22.
- Pantano, E., Savarese, M., Maggi, C., Villa Reyes, M., Córdoba, V., Goin, M., Di Nardo, S., Capuano, A., Attaguile, M. y Aristimuño, F. (2015). El turismo como generador de Empleo en la ciudad de San Carlos de Bariloche. *U.N.Rio Negro*, 1-105.
- Ribeiro de Almeida, C., Quintano, A., Simancas, M., Huete, R. y Breda, Z.(2020). *Handbook of Research on the Impacts, Challenges, and Policy Responses to Overtourism*. IGI Global, Hershey
- Rodrigues-Malta, R.(2001). Régénération urbaine: variations sud-européennes. *L'Information géographique*, 65(4), 321-339.
- Rodriguez de Almeida, M.G.(2018). Tensiones entre la regulación civil de la propiedad horizontal y el alojamiento «colaborativo».En Boix Palop y Valcárcel (dir.), *La regulación del alojamiento colaborativo: viviendas de uso turístico y alquiler de corta estancia en el derecho español*, 429-452.
- Siou, H. y Blanck, J. (2011). Gentrificación : un fenómeno urbano complejo y su uso por las autoridades públicas. *Ciudades, territorios y gobernanza*.
- Troncoso, C. y Almirón, A. (2005). Turismo y patrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones. *Aportes y Transferencias*, 9(1), 56-74.

Vejsbjerg, L.(2019). Antecedentes de conservación y turismo en ANPP de Río Negro (Arg.). *Aportes y Transferencias*; 16(2), 45- 59.

Eje temático N°1: Turismo, Políticas y Desarrollo

MAR DE LAS PAMPAS (BUENOS AIRES): CIUDAD SIN PRISA SI, CITTASLOW NO

Marenzana Natalia Lorena.

Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue

INTRODUCCIÓN

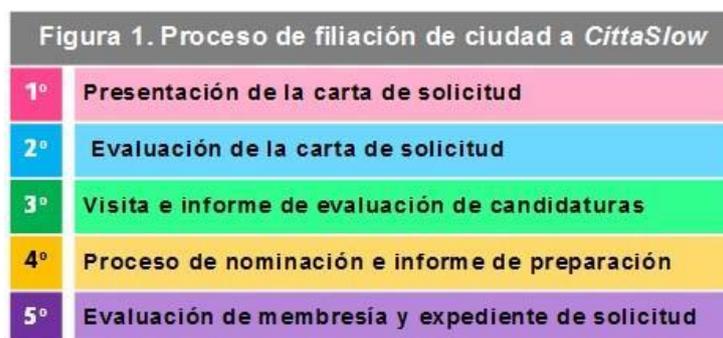
El turismo slow es un movimiento reciente, que surgió como consecuencia del desarrollo de slow food (SF). SF comenzó en el año 1986 cuando Carlo Petrini se opuso a la instalación de un negocio de comidas rápidas (McDonalds) en la Piazza di Spagna en Roma (Italia) con el “objetivo inicial de defender las tradiciones regionales, la buena alimentación, el placer gastronómico, así como un ritmo de vida lento” (Slow Food, 2020). Esta concepción, entendida por los fundadores como “principios del movimiento slow”, comenzaron a aplicarse a otras actividades: trabajo lento, educación lenta, ocio lento hasta ciudades lentas. Esta última se aborda como tema de estudio, entendiéndose por ciudad lenta a aquella que avala trabajar en el desarrollo de estrategias que mejoren la calidad de vida de sus residentes y visitantes, a la vez de compartir su experiencia con las redes nacionales e internacionales de CittaSlow: “una de estas metas es poner límites a la propagación de la “vida rápida”, cuya filosofía y materialidad se plasman en las cadenas de restaurantes de “comida rápida” que están sustituyendo con rapidez a los restaurantes tradicionales” (Miele, 2013, p.14).

Para poder emplear la denominación CittaSlow (Citta-pueblo en italiano, Slow-lento en inglés), se debe acreditar una serie de requisitos, ante una asociación sin fines de lucro: Asociación Internacional Cittaslow (AICS). Dicha Asociación fue fundada en 1999 en Orvieto (Italia) y está constituida por los alcaldes/intendentes/comisiones de las pequeñas y medianas ciudades que la integran y un equipo técnico. Según los fundadores, se inspiraron en la experiencia SlowFood (SF) y 4 alcaldes de ciudades italianas (Greve in Chianti, Bra, Orvieto y Positano) decidieron implementar la tarea iniciada por el alcalde de Greve in Chianti, Paolo Saturnini, quien propuso introducir a la administración de la ciudad, algunos conceptos slow vinculados con los beneficios de la lentitud, la sostenibilidad y la justicia social.

En Argentina, data el caso de Mar de las Pampas (costa marítima de la provincia de Buenos Aires) como experiencia de intento de abordaje de CS, entre los años 2006 a 2009, pero no prosperó. El presente artículo, pretende presentar reflexiones preliminares sobre la experiencia de dicho destino turístico y su aptitud para alcanzar la certificación de AICS, a fin de identificar los aspectos que lograron alcanzar y sobre las dificultades que se les presentan para obtener dicha certificación. En el marco de dicha experiencia, los marpampeanos desarrollaron un slogan “vivir sin prisa”, y desarrollan estrategias para diferenciar el balneario del resto de la oferta del partido, en base a los rasgos naturales y culturales que la definen.

Se emplea como metodología, la triangulación de fuentes de información primaria (entrevistas a 3 informantes clave del destino de la Sociedad de Fomento) y secundaria

(planes estratégicos de desarrollo, plan de ordenamiento municipal, proyectos universitarios de investigación, medios de prensa escrita nacional, requisitos de AICS para ser CS, entre otros), correspondientes al período 2005-2021.



Fuente: *CittaSlow* Turquía (2020)

Mar de las Pampas: ¿por qué no acreditó como Cittaslow?

El abordaje de este estudio de caso, surge a partir de la promoción que Mar de las Pampas (MDLP) realizaba como destino slow, en los años 2006 a 2009 y su posterior cambio de promoción a ciudad sin prisa. Vale aclarar, que no existen estudios en profundidad que analicen este fenómeno de certificación CS en MDLP.

En el año 2010, desde la Sociedad de Fomento local de MDLP (SoFoL) y de la Asociación de Emprendedores Turísticos (hoy extinta), se desarrolló una campaña de promoción turística de MDLP como destino slow, la cual generó un fuerte impacto en la prensa nacional e internacional [Mar de las Pampas, la ciudad que será “slow” (Página 12, 2006), Mar de las Pampas: vacaciones en cámara lenta (La Nación, 2006), Un lugar para vivir sin prisa (La Nueva, 2006), Ciudades para 'bajar un cambio' y vivir con calidad (Perfil, 2013), O auge das ciudades lentas(Archdaily, 2013), entre otros]: sin embargo, esta iniciativa no prosperó.

En el destino, no se aplicó el procedimiento para la filiación de ciudad a CS (Figura 1), solamente se realizó una entrevista informal con el entonces referente local de CS en Argentina (cargo que en la actualidad está vacante, dado que se administra directamente desde Italia), quien afirmó que el destino no cuenta con aspectos propios que avalen su certificación (Noel, 2013). Dentro de los principales aspectos analizados, Noel (2013) destaca:

Ausencia de una producción agropecuaria propia.

Escaso rasgos culturales propios.

Cuidada arquitectura urbana del espacio público

Escaso compromiso de todos los integrantes del destino, especialmente el Estado, para ser CS.

Mar de las Pampas: ¿podría cumplir con los requisitos de AICS para ser CS?

A fin de ahondar en las limitaciones de MDLP para ser CS, se procede a la confrontación de información con las dimensiones de análisis que propone AICS (2020). De la misma se aprecia que el destino posee diversos niveles de aptitudes para certificar y otros en los que presenta limitaciones. En lo que respecta a:

1. Políticas Ambientales: es donde MDLP posee sus principales fortalezas, vinculados a: Separación y recogida de residuos sólidos urbanos (RSU): dado que cuenta con separación de RSU: lo que corresponde a materiales reciclables, los remiten a una planta de tratamiento, mientras que el resto -por convenio con el municipio de Madariaga- se tratan en dicha localidad. En el año 2019, se procesaron 31.860 kg de residuos reciclables,

y 59.950 kg de aceite usado (Telégrafo, 2020): cabe aclarar, que este dato corresponde al municipio de Villa Gesell (VG) del cual MDLP forma parte.

Ahorro energético en edificios y áreas públicas: el alumbrado público se encuentra en proceso de reconversión a tecnología led (Municipalidad de Villa Gesell, 2021, p.4).

Reducción de la contaminación visual y el ruido del tráfico: MDLP posee una identidad arquitectónica que la diferencia de las demás localidades costeras, con bajo factor de ocupación del suelo (FOS): pudiendo construir en una planta hasta el 40% de la superficie del terreno y en FO total debe ser del 60% (superficie cubierta total / superficie del terreno). Un aspecto importante a considerar, es que el Plan de Ordenamiento Municipal (POM) define que “la autoridad de aplicación no podrá conceder excepciones a los índices que definen la intensidad de ocupación (FOS, FOT, DENS) ni a las medidas mínimas de subdivisión” (Municipalidad de Villa Gesell, 2021, p.137). Esto resulta sumamente positivo, debido a que muchas veces las problemáticas de los destinos turísticos, se deben a excepciones que desde el Concejo Deliberante se realizan.

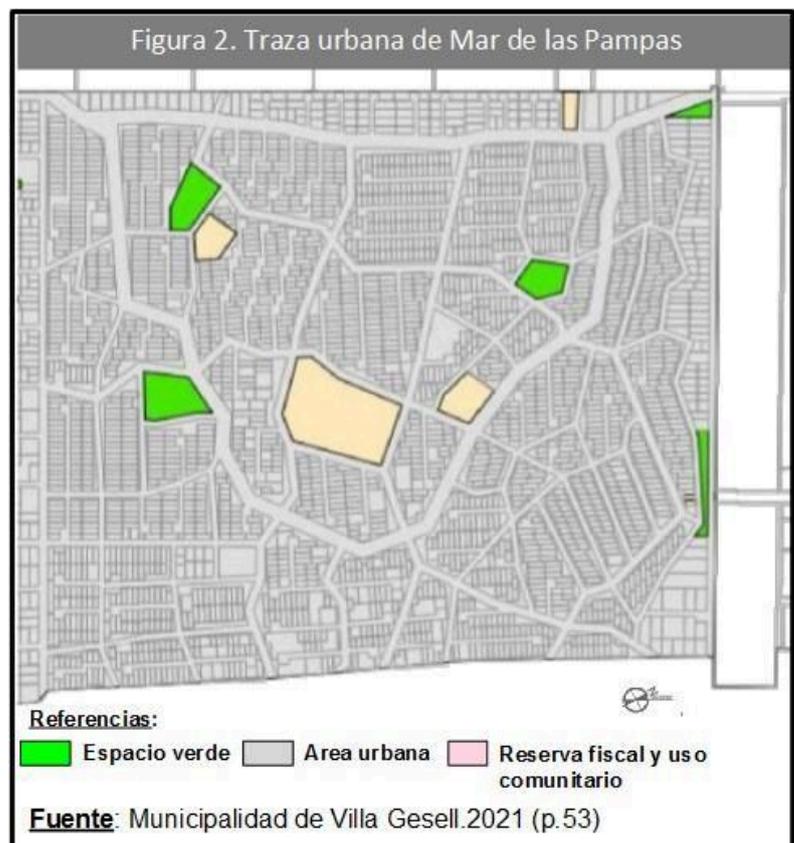
Es relevante mencionar que MDLP no posee calles asfaltadas (Ordoqui y Hernández, 2009), y en las 69 manzanas posee aproximadamente 70 calles sin salidas, lo que limita el tránsito vehicular; asociado además a que la velocidad máxima de circulación es de 30 km/h, en una sola calle está autorizada el transporte público que la comunica con las localidades contiguas y posee prohibición de circulación de ómnibus de media y larga distancia. Otro aspecto que contribuye a disminuir el ruido del tráfico y reduce la contaminación visual, es el diseño urbanístico, dado que fue planificado (y aprobado en 1971 por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires) teniendo en cuenta la topografía del lugar (Figura 2). Este aspecto la diferencia, dado que las localidades contiguas (Mar Azul y Las Gaviotas), poseen estructura de damero.

En lo que respecta al tránsito, la SoFoL solicitó a la municipalidad de VG que gestione la construcción de una playa de estacionamiento en el acceso a la localidad, para que el tránsito interior sea peatonal, pero no han tenido acompañamiento del municipio cabecera.

En cuanto a los aspectos que debería profundizar, se mencionan:

Estudios sobre calidad del aire: el destino no posee estudios ambientales que brinden datos actualizados sobre este aspecto.

Mediciones de la calidad del agua: se aprecian estudios que indican buena calidad de agua subterránea; pero sin embargo, al contar con cámaras sépticas y no red cloacal, esta situación pone en peligro los reservorios de agua dulce en las dunas que están presentes en el lugar. Este aspecto, es mencionado como una de las limitaciones en el POM (Municipalidad de Villa Gesell, 2021, p.14/87).



Estudios sobre el consumo de agua potable por habitante: no se poseen estudios. En lo referente a la captación de agua, es de recurso hídrico subterráneo (Municipalidad de Villa Gesell, 2021, p.4). De allí la necesidad de contar con cloacas, que contribuyan con la preservación de la fuente de agua

Tratamiento de aguas residuales: no poseen, solo cámaras sépticas y pozos absorbentes.

Producción de energía a partir de fuentes públicas de energía renovable: por el momento, no se cuenta con información técnica para analizar este componente.

Consumo de energía eléctrica por hogar: no existen registros sobre este aspecto.

Conservación de la biodiversidad: no existen registros sobre este aspecto.

Políticas de Infraestructura: sobre esta dimensión de análisis, muchos de sus componentes no aplican, dado que al ser un pueblo con baja población (1.787 habitantes, INDEC, 2010) y baja densidad de ocupación: 2.324 parcelas con 32,56% de los mismos desocupadas (Municipalidad de VG, 2021, p.10); por lo que los indicadores de carriles bicicleta y metro no poseen valores.

Esta dimensión posee una denominación que puede llevar a la confusión, dado que dentro de la teoría del sistema turístico (OMT, 2005) está conformada por los servicios básicos (electricidad, agua, caminos, etc), que son incluidos por AICS en la dimensión ambiental.

3. Políticas de calidad de vida urbana: incluye analizar la planificación para la resiliencia de la ciudad: desde sus orígenes, MDLP se planteó como un núcleo poblacional diferenciado de la oferta turística de los destinos de la costa bonaerense, lo que se aprecia en su traza urbana, estilo arquitectónico, espacios verdes, uso y servicios de la playa, limitación de vehículos de gran porte para circular (colectivos), entre otros. En lo referente al promoción de la planificación urbana sostenible, el POM (2021) cuenta con lineamientos claros, que prevén planificar el crecimiento al año 2044, con un crecimiento poblacional estimado de 126,54% (Municipalidad de VG, 2021, p.113).

4. Políticas en materia agrícola, turística y artesanal: es en esta dimensión donde se aprecia una de las principales limitaciones que posee MDLP para ser C S; y ello se debe a que su principal actividad económica es el turismo, con las limitaciones de una marcada estacionalidad, concentrando la afluencia turística en la temporada estival (diciembre a febrero). Asociado al turismo, se vinculan el comercio y la construcción. MDLP cuenta con 98 establecimientos de alojamiento que suma en total 3.392 plazas: 17 apart hotel, 69 cabañas, 2 hosterías y 7 establecimientos de alojamiento sin categorizar, 3 departamentos con servicios, (Municipalidad de VG, 2021), 48 establecimientos gastronómicos (32 de ellos son restaurantes) y 1 parador de playa con 160 carpas. Un dato interesante, y que brinda información para analizar el perfil del turista al que apuntan captar, es que en MDLP no hay campings, alojamiento gremial, hostel ni hoteles. En el año 2019, el partido de VG recibió 1.200.000 turistas anuales (Entre Líneas, 2020), pero se carece de estadísticas diferenciadas por cada uno de los núcleos urbanos (VG, MDLP, Las Gaviotas y Mar Azul) que lo componen.

5. Planes de Hospitalidad, Sensibilización y Educación: un rasgo positivo que posee MDLP es el alto nivel de satisfacción de los visitantes con la hospitalidad de los residentes, lo que se traduce en una demanda repetitiva (Sociedad de Fomento de MDLP, 2021). La mayoría de los residentes se vinculan directamente con el turismo, por lo que la hospitalidad y la percepción del marpampeano sobre la actividad turística son sumamente favorables.

6. Cohesión social: En esta dimensión AICS analiza temáticas de discriminación, diversidad étnica, discapacidad, pobreza, inversión en vivienda pública, actividades para los jóvenes y participación política. A excepción de la participación política, que es escasa (SoFoL, 2021), de los demás aspectos, no se posee información.

La estructura administrativa, resulta una limitante para el abordaje de políticas municipales en MDLP, dado que la ciudad de VG concentra el 93,3% de la población del partido, mientras que MDLP y Mar Azul, 5,6% en conjunto, y Las Gaviotas 1,1% (INDEC, 2010). Por ello la SoFoL (2021) interpreta que es histórico el bajo nivel de participación que se les brinda desde el municipio, lo que genera muchos de los conflictos, como por ejemplo la propuesta de alumbrado público del frente costero, que contó con la oposición de los vecinos (Casanovas, 2009) de MDLP, o el POM que no contempló todas las observaciones que la SoFo de MDLP (SoFoL, 2021) había realizado.

7. Asociaciones: Hace alusión a actividades de fortalecimiento de SF, acuerdos con otros países para fortalecer el movimiento SF y CS. En el caso de estudio, no se encuentran acreditados prestadores en MDLP de SF (Slow Food Argentina, 2021).

REFLEXIONES PRELIMINARES

Del análisis de las dimensiones que propone AICS, se aprecia que en la mayoría de los casos, son incumbencias del Estado local, y se vinculan a políticas que deben emerger desde el gobierno. Asimismo, no se aprecia que se ponderen de manera diferenciada los mismos, por lo que acciones con implicancias sociales y territoriales muy diferentes (ej: POM y Actividades para los jóvenes) poseen la misma importancia para acreditar.

Los destinos de CS en Europa (donde surgió el movimiento) son ciudades en las cuales las actividades económicas tradicionales se vinculan con el agro, y posteriormente se incursiona en el turismo; por ende, muchos de los indicadores que emplea, están asociados a esa realidad. La situación de MDLP es completamente diferente: es una localidad joven (42 años desde la comercialización de sus primeros lotes), se inició como un balneario (es decir, tiene su origen en la actividad turística), sus pobladores son personas que conocieron la localidad como turistas y luego se transformaron en residentes (es decir, son migrantes de amenidad según Moss, 2006), con la diversidad cultural que ello implica, asociado a la reciente historia de MDLP, además de no contar con diversificación de actividades económicas, y poseer una dependencia administrativa de VG y bajo nivel de participación en el desarrollo de políticas de impacto local, entre otros, constituyen una complejidad para alcanzar los requisitos de AICS (2019).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Archdaily (14 de agosto de 2013). O auge das cidades lentas. Recuperado el 01 de julio de 2021 de <https://www.archdaily.com.br/br/01-134156/o-auge-das-cidades-lentas>

Casanovas, G (2009). Casanovas (SoFo de Mar de las Pampas): “necesitamos diálogo con el intendente”.

CittaSlow Turquía (2020). Proceso y criterios de membresía. Recuperado el 12 de julio de 2021 de <https://cittaslowturkiye.org/uyelik-sureci-ve-kriterler/>

Entre Líneas (2020). Villa Gesell logró un acuerdo para evitar aumentos en el turismo. Recuperado el 29 de junio de 2021 de <https://www.entrelneas.info/articulo/1065/24279/villa-gesell-logro-un-acuerdo-para-evitar-aumentos-en-el-turismo>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) (2010). Censo poblacional de Argentina.

La Nación (15 de enero de 2006). Mar de las Pampas: vacaciones en cámara lenta. Recuperado el 01 de marzo de 2020 de <https://www.lanacion.com.ar/turismo/viajes/mar-de-las-pampas-vacaciones-en-camara-lenta-nid772280/>

- La Nueva (22 de octubre de 2006). Un lugar para vivir sin prisa. Recuperado el 09 de julio de 2021 de <https://www.lanueva.com/nota/2006-10-22-9-0-0-un-lugar-para-vivir-sin-prisa>
- Miele, M. (2013). CittaSlow: la lentitud para construir una ciudad sustentable. Papeles de relaciones ecosociales y cambio global, 122, 13-24.
- Moss, L. (2006). Next steps and the longer view. In: Moss, L. The amenity migrants. Seeking and sustaining mountains and their cultures. Trowbridge: Cromwell Press, 309-319.
- Municipalidad de Villa Gesell (2021). Plan de Ordenamiento Municipal. Ordenanza 3063/21. Boletín Oficial N°1271 (08 de febrero de 2021)
- Noel, G. (2013). De la ciudad slow al “vivir sin prisa”: algunos encuentros, desencuentros y disputas en torno del movimiento slow en una localidad balnearia de la costa atlántica argentina. Contenido. Arte, Cultura y Ciencias Sociales (3), 18 - 42. Obtenido de <http://www.cittaslow.org/section/association/philosophy>
- Ordoqui, J.M. y Hernández, F.M. (2009). Caracterización socioterritorial de los asentamientos turísticos-balnearios del litoral marítimo de la Provincia de Buenos Aires. Revista Universitaria de Geografía, 18 (1). Bahía Blanca: Argentina. Recuperado el 03 de Julio de 2021 de http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-42652009001100006&lng=pt&nrm=iso
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (2005). Factores, Atractores y Sistemas de Apoyo. Informe OMT.DRH. Madrid: OMT
- Página 12 (22 de enero de 2006). Mar de las Pampas, la ciudad que será “slow”. Recuperado el 03 de marzo de 2020 de <https://www.pagina12.com.ar/diario/sociedad/subnotas/3-20490-2006-01-22.html>
- Perfil (9 de junio de 2013). Ciudades para 'bajar un cambio' y vivir con calidad. Recuperado el 01 de julio de 2021 de <https://www.perfil.com/noticias/elobservador/ciudades-para-bajar-un-cambio-y-vivir-con-calidad-20130609-0062.phtml>
- Slow Food (2020). Nuestra historia - Quiénes somos - Slow Food International. Recuperado el 01 de Julio de 2020 de <https://www.slowfood.com/es/quienes-somos/nuestra-historia/>
- Slow Food Argentina (2021). Puntos Slow Food de Argentina. Recuperado el 02 de julio de 2021 de <https://slowfood.com.ar/#mapa>
- Sociedad de Fomento de Mar de las Pampas (2021). Turismo en Mar de las Pampas.
- Telégrafo (9 de enero de 2020). Durante 2019 Villa Gesell duplicó el tratamiento de residuos reciclables. Recuperado el 02 de julio de 2021 de <https://telegrafo.com.ar/noticias/48824-durante-2019-villa-gesell-duplico-el-tratamiento-de-residuos-reciclables>

EJE TEMÁTICO 2

Turismo y Sociedad

— ■
XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023
■ —



Eje temático N°2: Turismo y Sociedad

IMAGINARIOS SOCIALES EN BOSQUES URBANOS DE LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA (ARGENTINA) Y SU INFLUENCIA EN LA RECREACIÓN Y EL TURISMO

Azcue Vigil Ignacio, Benseny Graciela.

Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata

Palabras clave: Bosques Urbanos – Imaginarios Sociales – Recreación – Turismo – Mar del Plata

INTRODUCCIÓN

Los estudios ambientales urbanos abarcan distintas dimensiones de análisis. Una de ellas está ligada a los aspectos sociales y las percepciones de las personas sobre el espacio que habitan. Entre los elementos físicos que componen una ciudad, se encuentran los espacios verdes y el arbolado. Los bosques urbanos pueden despertar diversos imaginarios sociales. Su estudio resulta eficaz para interpretar de manera más precisa la relación de las personas con los espacios mencionados. Este trabajo parte de una investigación iniciada en el año 2018 y continuada hasta la fecha en reservas forestales urbanas de la ciudad de Mar del Plata (Argentina). Se investigaron aspectos ligados a la identidad de los sitios, las relaciones entre actores sociales y las problemáticas socioambientales, junto con el impacto de estos temas en la recreación y el turismo en los espacios estudiados. Motiva este trabajo ampliar el análisis a los imaginarios sociales que se presentan en dichos lugares. Ante tal planteo, la pregunta que se sigue es: ¿Cuál es el aporte de los imaginarios sociales ligados a los bosques urbanos en sus oportunidades para la recreación y el turismo? Por ello, la presente investigación tiene como objetivo analizar los imaginarios sociales en bosques urbanos de la ciudad de Mar del Plata (Argentina) y su impacto para la recreación y el turismo. Los resultados que aquí se exponen se consideran aproximativos y no concluyentes, aunque se pretende realizar un avance en el tema.

MARCO TEÓRICO

La teoría de los imaginarios sociales tiene como máximos exponentes a Cornelius Castoriadis y Gilbert Durand. Castoriadis (1975) plantea que toda institución social es una creación simbólica que responde a un determinado momento histórico. Todas las ideas, representaciones, creencias, mitos y demás elementos que la componen no se encuentran necesariamente explicitados, sino que conforman un “magma” subyacente. Las instituciones se componen de significaciones primarias y otras secundarias que, si bien tienen repercusiones en el individuo, funcionan colectivamente (Cristiano, 2009). Por su parte, Durand (1960) entiende que desde hace varios siglos ha desprestigiado el pensamiento imaginario, primero mediante la iconoclasia y luego el pensamiento racional y científico. Afirma que existe una arquetipología general para la elaboración de simbolismos en cada cultura humana, importantes para interpretar la realidad.

Por su parte, Pintos (1995) plantea a los imaginarios sociales como constructores del orden social que tienen la función de hacer visible lo invisible. Estos operan mediante un metacódigo que él mismo denomina de “relevancia/opacidad”, visibilizando y al mismo tiempo ocultando aspectos de la realidad social (Pintos, 2003). Baeza (2003) entiende a los imaginarios como matrices de sentido, establecidas a partir de las relaciones entre individuos. En términos del propio autor, los imaginarios sociales son “verdaderos homologadores de todas las maneras de pensar, de todas las modalidades relacionales y de todas las prácticas sociales que reconocemos y asumimos como propias en nuestra sociedad” (Baeza, 2003, p. 25). Otros autores se refieren a los imaginarios urbanos, centrados en el estudio de la ciudad y las subjetividades sociales asociadas (Lindón, Hiernaux y Aguilar, 2006). Silva (2006) plantea la existencia de mecanismos por los cuales las personas se representan ciertas imágenes de la ciudad y que repercuten en el modo de relacionarse con ella. Denomina a este proceso como “punto de vista del ciudadano”. Por último, cabe destacar que las investigaciones sobre los imaginarios sociales también abarcaron al ocio y el turismo, como la obra de Daniel Hiernaux sobre imaginarios e idearios turísticos (2002; 2009).

En relación específica a los bosques urbanos, se entiende por ellos a los árboles y grupos de árboles dentro la trama urbana, que representan el componente principal de la infraestructura verde (FAO, 2017). Además de proveer servicios ecosistémicos como la regulación térmica o la producción de oxígeno, también son destacables sus beneficios sociales. Entre ellos, se destaca la recreación y el turismo (Tyrväinen et al., 2005). Si bien no se encuentran publicaciones relacionadas a sus imaginarios, pueden mencionarse trabajos como los de Casinelli (2009) en donde se entrevistó a distintos actores sociales para que dieran su opinión acerca de la potencialidad de los bosques urbanos de la ciudad de Savannah (Georgia, Estados Unidos) para el desarrollo turístico sustentable. En Mar del Plata, Pascual et al. (2015) realizaron encuestas acerca de la percepción de los espacios verdes por habitantes de la ciudad.

Asimismo deben tenerse en cuenta que los usos y prácticas relativas al espacio urbano inciden en las posibilidades de desarrollo de la recreación y el turismo. Por ello, es necesario considerar imaginarios no directamente ligados a estas actividades. Uno de ellos puede ser la distinción entre “naturaleza salvaje” y “naturaleza ordenada” planteada por Gudynas (2010) y que tiene un impacto concreto en el urbanismo y el diseño de espacios verdes. También puede destacarse el “imaginario verde” propuesto por Irrázaval (2012) que se asocia al goce estético del arbolado y la búsqueda de determinados grupos sociales en ciertos sectores de la ciudad para apropiarse del mismo. Estos representan algunos antecedentes de la literatura de los cuales se extrae información para su discusión en los resultados de este estudio.

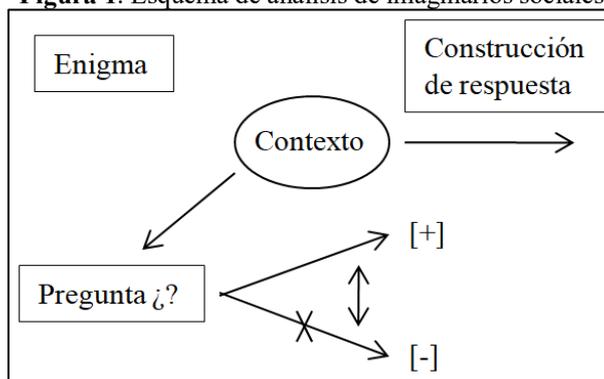
METODOLOGÍA

Desde el año 2018, se trabaja sobre reservas forestales urbanas de la ciudad de Mar del Plata (Argentina) con la finalidad de indagar sobre su rol recreativo y turístico, otorgando relevancia a las valoraciones sociales de los espacios estudiados. Se adoptó un enfoque cualitativo, con análisis de fuentes primarias y secundarias. Entre las primarias pueden encontrarse 29 entrevistas semiestructuradas realizadas en las reservas forestales Bosque Peralta Ramos y Montemar-El Grosellar, que incluyeron a representantes del sector público, tercer sector, asociaciones vecinales de fomento, comerciantes, inmobiliarias y vecinos. También se está trabajando en otras dos reservas forestales llamadas Alfar y Los Acantilados con las que se cuenta relevamiento de campo y se prevén realizar entrevistas.

Por otro lado, las fuentes de información secundaria incluyen documentación específica al tema y los casos de estudio, notas periodísticas e imágenes satelitales para su posterior análisis.

El procesamiento de los datos es mayormente manual. Tanto las entrevistas como las fuentes documentales se consideran e interpretan de acuerdo a la relevancia de los imaginarios sociales que se pretende recabar. Aquí cobra relevancia el análisis teórico de la información empírica, que se realiza bajo una base interpretativa de los imaginarios sociales propuesta por Baeza (2003). Este autor parte de una pregunta enigmática a la cual cada sociedad da respuestas según sus propios mecanismos de ideación, los cuales se enmarcan en un contexto específico. Las respuestas dadas a esta pregunta conforman un imaginario compuesto por elementos positivos [+] y negativos [-] que otorgan relevancia a unos y opacan otros. A cada valor de respuesta le corresponde su opuesto, entendiendo que son parte de un mismo imaginario. La Figura 1 ilustra el método.

Figura 1. Esquema de análisis de imaginarios sociales



Fuente: modificado de Baeza (2003)

Se cree este modelo es posible de aplicar para el análisis de los imaginarios sociales presentes en el caso de estudio.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las reservas forestales estudiadas son espacios protegidos por la Ordenanza municipal N° 9717/94, a la que le siguieron otras normas modificatorias y complementarias. Su motivación respondió a la conservación del arbolado y sus servicios ecosistémicos en barrios urbanos preexistentes. Se dispusieron algunas medidas en tal sentido, como la obligación de reponer dos árboles para aquella persona que extraiga un ejemplar. No obstante, el crecimiento urbano ha reducido la cantidad de árboles, junto con las caídas y la falta de controles en la aplicación de la normativa. Paralelamente a ello, se incrementó la oferta de alojamiento turístico en estos sitios (mayormente en el sur de la ciudad) y los espacios de esparcimiento. Esto plantea posibilidad que el desarrollo urbano y turístico afecte a la forestación, a la vez que los problemas derivados de esta última impacten en las oportunidades que brinda para la recreación y el turismo.

Se parte de algunas premisas contextuales para la elaboración interpretativa de los imaginarios sociales que aquí se exponen para el análisis del caso. La primera de ellas es que la apropiación del suelo urbano se da bajo la lógica capitalista que divide la tierra en propiedad pública y privada. Otra de las premisas se basa en la división del tiempo moderna destinada al trabajo y al descanso. Este último, el tiempo libre de obligaciones, es el que más le interesa al turismo y la recreación. Las preguntas que de estas premisas se desprenden se relacionan al uso del espacio y las prácticas del tiempo libre, ambas cargadas de imaginarios sociales.

En el caso del uso del espacio, se observa que la lógica de su apropiación privada está ligada, entre otras cosas, a la búsqueda de exclusividad, tranquilidad y seguridad. Como contraparte, la lógica de propiedad colectiva se asocia a lo despersonalizado, alborotado e inseguro. Asimismo, la pregunta acerca del tipo de recreación y turismo deseados socialmente puede encontrar respuestas en el descanso, la búsqueda de la naturaleza, el encuentro de “lo distinto” al lugar de origen, etc. Contrariamente, no se considera aceptable al tiempo libre oprimido, en entornos percibidos artificiales y no auténticos.

Estas afirmaciones y distinciones conforman imaginarios que tienen repercusión tanto en el campo académico como en la vida cotidiana. Centrándose en el caso de estudio, puede observarse cómo las personas entrevistadas valoran habitar y visitar las reservas forestales estudiadas. Usualmente destacan la tranquilidad asociada a la presencia de árboles, sobre todo las personas que tienen domicilio en estos bosques urbanos a quienes la lejanía del área céntrica urbana les otorga privacidad y seguridad. Esto es muy similar a lo que plantea Irrázaval (2012) como el “imaginario verde” presente en el consumo inmobiliario de las ciudades latinoamericanas, instrumentalizado generalmente por las clases medias-altas. También, hay una similitud con la propuesta de Hiernaux (2009) en cuanto a los imaginarios del turismo residencial, estando uno de ellos asociado al bienestar personal en las “casas de campo” rodeadas de naturaleza (aunque no sea necesariamente autóctona).

De todas formas, conviene mencionar que los imaginarios sociales no necesariamente tienen una correlación precisa con los hechos concretos. Por ejemplo, también pueden observarse en los casos de estudio la apropiación y valorización de ciertos espacios públicos (plazas o ferias artesanales) que toman al arbolado como elemento estético del paisaje. No obstante, estos imaginarios son considerados condiciones de posibilidad para la construcción del espacio y de las prácticas sociales. También es útil recordar la diferencia propuesta por Castoriadis entre imaginarios instituidos e instituyentes (1975), promoviendo los segundos el cambio social. Por tanto, se concluye que, en cualquier caso, resulta destacable la utilidad de investigar los imaginarios sociales para el análisis de la recreación y el turismo en los bosques urbanos.

BIBLIOGRAFÍA

- Baeza, M. A. (2003). *Imaginarios sociales. Apuntes para la discusión teórica y metodológica*. Editorial Universidad de Concepción.
- Casinelli, S. L. (2009). The Role of Urban Forests in Sustainable Tourism Development: A Case Study of Savannah, GA [Tesis de Maestría, West Virginia University]. The Research Repository @ WVU. <https://researchrepository.wvu.edu/etd/2911/>
- Castoriadis, C. (1975). *La institución imaginaria de la sociedad*. Editions de Seuil.
- Cristiano, J. (2009). *Lo social como institución imaginaria: Castoriadis y la teoría sociológica*. Eduvim.
- Durand, G. (1960). *Las estructuras antropológicas de lo imaginario*. Dunod.
- Gudynas, E. (2010). Imágenes, ideas y conceptos sobre la naturaleza en América Latina. En L. Montenegro (Ed.), *Cultura y naturaleza* (pp. 267-292). Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis.
- Hiernaux, D. (2009). Los imaginarios del turismo residencial: experiencias mexicanas. En T. Mazón, R. Huete y A. Mantecón (Eds.), *Turismo, urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial* (pp. 109-126). Icaria.

- Hiernaux, D. (2002). Turismo e imaginarios. En D. Hiernaux, A. Cordero y L. van Duynen Montijn (Eds.), *Imaginarios sociales y turismo sostenible* (pp. 7-36). FLACSO.
- Irrázaval, F. (2012). El imaginario "verde" y el verde urbano como instrumento de consumo inmobiliario: configurando las condiciones ambientales del área metropolitana de Santiago. *Revista INVI*, 27(75), 73-103.
- Lindón, A., Hiernaux, D. y Aguilar, M. Á. (2006). *Lugares e imaginarios en la metrópolis*. Anthropos.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2017). *Directrices para la silvicultura urbana y periurbana*. FAO.
- Pascual, M., Cueto, S., González, M. y Ferrarello, E. (2015). Percepción sobre los espacios verdes en la ciudad de Mar del Plata. Observatorio de la Ciudad, Universidad Faosta. <https://es.calameo.com/read/0016051767e45e4834164>
- Pintos, J. L. (2003). El metacódigo "relevancia/opacidad" en la construcción sistémica de las realidades. *RIPS. Revista de investigaciones políticas y sociológicas*, 2(2), 21-34.
- Pintos, J. L. (1995). *Los imaginarios sociales: la nueva construcción de la realidad social*. Sal Terrae.
- Silva, A. (2006). *Imaginarios Urbanos*. Arango.
- Tyrväinen, L., Pauleit, S., Seeland, K. y de Vries, S. (2005). Benefits and Uses of Urban Forests and Trees. En C. Konijnendijk, K. Nilsson, T. Randrup y J. Schipperijn, (Eds.), *Urban Forests and Trees* (pp. 81-114). Springer.

Eje temático N°2: Turismo y Sociedad

PERSPECTIVA DE GÉNERO Y DIVERSIDAD EN EL TRANSPORTE AEROCOMERCIAL

García Sánchez de León Verónica.

Universidad Provincial de Ezeiza

INTRODUCCIÓN

El turismo es un sector en constante crecimiento y de gran relevancia socioeconómica a nivel mundial. Asimismo, puede contribuir de manera sostenible al desarrollo y a la inclusión social, en tal sentido, Yunis (2013) sostiene que “el turismo ofrece posibilidades reales de desencadenar procesos de desarrollo sustentable, inclusivos y tendientes a una mayor equidad social.”

Dentro de los servicios turísticos, el transporte aerocomercial de pasajeros es importante en términos socioeconómicos. En este sentido, es responsable de la creación de un alto porcentaje de puestos de trabajo relacionados de manera directa e indirecta con la actividad turística. En este aspecto, Lipovich (2011) considera que

[...] toda la oferta aerocomercial genera impactos económicos, aunque no todos los vuelos provocan los mismos efectos sobre las economías, sino que difieren entre sí. La cantidad de empleos generados en un área estudiada es muy diferente cuando se trata, por ejemplo, de un vuelo operado por una empresa local que por una foránea. [...] Los impactos directos son los que devienen de la propia operación –por ejemplo, los empleados de las líneas aéreas y aeropuertos–. Los indirectos se vinculan con las actividades económicas que actúan como proveedoras de aquellas directamente relacionadas.

Por otro lado, Torres (2019) menciona que, “teniendo en cuenta el factor humano que compone al sector aeronáutico, en su mayor proporción constituido por hombres, genera el interés de abordar y visibilizar la situación actual referida a las condiciones de igualdad de género”. En tal sentido, la investigación desarrollada indaga sobre la equidad e igualdad de género y diversidad en las empresas de transporte aerocomercial.

Objetivos de la investigación:

Objetivo General:

- Analizar la transversalización del enfoque de género y diversidad en el ámbito laboral del transporte aerocomercial del Área Metropolitana de Buenos Aires.

Objetivos Específicos:

- Identificar las desigualdades por razones de género que sufren las mujeres y diversidades sexo-genéricas trabajadoras en en las empresas de transporte aerocomercial del AMBA.
- Indagar sobre las causas generadoras de las desigualdades de género.
- Describir la situación laboral desde el enfoque integrado de género de las mujeres y disidencias en el transporte aerocomercial del AMBA.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Para la comprensión de la perspectiva de género y diversidad, y específicamente en el ámbito laboral, es fundamental definir ciertos conceptos y enfoques.

En este sentido, un concepto importante es el de división sexual del trabajo, que se refiere a la manera en la cual se asignan las tareas reproductivas, del ámbito doméstico, a las mujeres y las productivas, de ámbito público, a los varones. Esta distribución desigual y los roles asociados también los vemos reflejados en el ámbito laboral del transporte aerocomercial.

Conforme observa Rodríguez Enriquez (2018):

El trabajo es, como toda actividad social, una actividad generizada. El concepto de división sexual del trabajo nos permite comprender cómo las distintas tareas y los diferentes tipos de trabajo se distribuyen de manera desigual entre varones y mujeres. La evidencia demuestra que la primera gran división se da entre el trabajo productivo, considerado como tal aquel que se utiliza para producir bienes y servicios con valor económico, y el trabajo reproductivo o de cuidado (en su acepción más reciente), que se utiliza para reproducir cotidianamente la vida de las personas. Los varones están sobre-representados en el trabajo productivo y las mujeres en el reproductivo. [...] El problema es que los distintos tipos de trabajo no tienen ni la misma valoración social, ni la misma compensación o retribución, y por lo mismo ubican a las personas en desiguales posiciones socioeconómicas, habilitándoles u obstruyéndoles las vías para acceder a recursos y derechos, para desempeñarse y satisfacer sus aspiraciones, y para lograr el reconocimiento social. La organización social y sexual del trabajo implica que las mujeres se encuentren en una posición subordinada.

Asimismo, estos conceptos se relacionan con la desigualdad en la distribución del tiempo dedicado a las tareas de cuidados, lo que genera en las mujeres una doble jornada laboral y la pérdida de oportunidades en el ámbito profesional o laboral. En tal sentido, Rodríguez Enriquez (2015) explica que:

A través del concepto de economía del cuidado, la economía feminista pretende al menos dos objetivos: en primer lugar, visibilizar el rol sistémico del trabajo de cuidado en la dinámica económica en el marco de sociedades capitalistas, y en segundo lugar, dar cuenta de las implicancias que la manera en que se organiza el cuidado tiene para la vida económica de las mujeres.

En relación al concepto de techos de cristal desarrollado por la economía feminista:

Esta idea está asociada fundamentalmente a la segmentación vertical. Se trata de barreras e impedimentos socioculturales (como son los estereotipos de género) que obstaculizan que las mujeres puedan crecer profesionalmente y acceder a espacios de toma de decisión, como, por ejemplo, gerencias de empresas, direcciones, rectorados universitarios, entre otros. Esta situación deja a las mujeres en desventaja, a pesar de estar igual o mejor preparadas que los varones (ONU Mujeres, 2021).

Por otro lado, es relevante tener en cuenta a las disidencias sexo-genéricas que habitualmente se encuentran subrepresentadas y excluidas de los ámbitos de trabajo formal, a pesar de que en el año 2015 se promulgó la Ley N° 14.783 de la provincia de

Buenos Aires conocida como ley de cupo laboral trans y en el año 2021 a nivel nacional, la Ley N° 27.636 de Promoción del Acceso al Empleo Formal para Personas Travestis, Transexuales y Transgénero “Diana Sacayán-Lohana Berkins”. En ese sentido, el Ministerio Público de la Defensa de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2023), sostiene que “en 2016, había un 9% de mujeres trans y travestis que vivían de un trabajo formal, cifra que asciende al 13,5% en 2022. También se verifica un leve aumento en las cifras del trabajo informal.”

Asimismo, es necesario romper con el binarismo de los datos y generar información que incluya a la diversidad.

Los censos de población y las estadísticas oficiales relevan la información de las personas partiendo de su sexo y, en general, habilitan dos únicas opciones: varón / mujer. La Ley de Identidad de Género abrió el camino para revisar los relevamientos y registros de datos nacionales. (ONU Mujeres, 2021)

En ese sentido, se han generado ciertos avances que se ven reflejados en el último Censo Nacional Argentino del año 2022, en el cual se incorporó la pregunta sobre el sexo registrado al nacer, con la opción de una respuesta no binaria. También se agregó una pregunta sobre identidad de género donde se incluyeron opciones de respuestas que tratan de contemplar a todas las identidades de género.

METODOLOGÍA

El presente trabajo plantea un enfoque de investigación mixto, cuantitativo y cualitativo, y el alcance es exploratorio y descriptivo.

Los instrumentos de recolección de datos utilizados fueron:

- Relevamiento de diversas fuentes secundarias sobre la temática investigada.
- Relevamiento de fuentes primarias mediante la observación directa no participante, encuestas semiestructuradas a personas trabajadoras del sector aeronáutico y entrevistas semiestructuradas a informantes clave del sector.

En referencia a la composición de la muestra para la realización de la encuesta, el tipo de muestreo utilizado fue el no probabilístico por conveniencia y la distribución de la encuesta se realizó principalmente por email, redes sociales y whatsapp.

Asimismo, se sistematizaron y analizaron los datos obtenidos para transformarlos en información relevante en relación al objeto de estudio de este trabajo.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Integrar de manera transversal el enfoque de género y diversidad en las empresas de transporte aerocomercial es un desafío y una necesidad vital en términos de inclusión y derechos humanos en el ámbito laboral de dichas organizaciones.

Desde una mirada holística, y para el logro de los objetivos planteados, en el relevamiento se indagó sobre diversos ejes. Para ello, desde noviembre del 2020 hasta enero del 2021 se llevó adelante una encuesta a 106 personas trabajadoras en empresas de transporte aerocomercial.

La interpelación estaba orientada a diferentes dimensiones de la perspectiva de género y diversidad:

Conocer las desigualdades en el ámbito laboral, relacionadas con la división sexual del trabajo, los techos de cristal y las escaleras rotas. En este sentido, los resultados obtenidos muestran que existen puestos de trabajos ocupados en mayor medida por mujeres, tales como tripulantes de cabina de pasajeros, agentes de tráfico o en el área de RRHH y por el contrario, existen puestos ocupados en mayor medida por varones, tales como tripulación técnica (pilotos), operadores de tierra o handling, que muestran claramente los roles asignados a varones y mujeres. Esta división no es un hecho natural, sino que se construye socialmente generando desigualdades y asignando mayor valor al trabajo masculino que al femenino.

Asimismo, se consultó por la existencia de lactarios, guarderías, pago de adicionales para esos fines, a lo cual el 54,4% manifestó que no existían en su lugar de trabajo. Para continuar indagando sobre medidas que colaboran con la conciliación entre la vida personal, familiar y laboral, se preguntó sobre las licencias por paternidad que superen los dos días otorgados por la ley de contrato de trabajo N° 20.744, y el 34% indicó que no se otorgaban licencias extendidas y el 46% no tenía conocimiento. En este sentido, es significativo considerar que las licencias extendidas por paternidad son importantes para fomentar la corresponsabilidad.

En relación a las brechas salariales entre varones y mujeres (igual puesto /tareas/ horas de trabajo), el 82,1% de las personas encuestadas manifestó que consideraba que no existían tales brechas.

Otros ejes sobre los cuales se consultó fueron la existencia de áreas de género y diversidad en las empresas y las capacitaciones sobre erradicación de violencias y desigualdades, donde el 86,8% de las personas encuestadas manifestaron que no contaban con esos espacios, ni se brindaban capacitaciones. Del mismo modo, hubo un alto porcentaje, 70,8% que manifestó que no se llevaban a cabo acciones ni capacitaciones sobre trata de personas.

Respecto a los protocolos para la prevención y actuación frente a casos de violencias por razones de género en el ámbito laboral, el 36,8% indicó que no tenían y el 40,6% que no tenía conocimiento.

Asimismo, se consultó si las mujeres y las personas del colectivo LGBTIQ+ contaban con las mismas posibilidades que los varones de desarrollar su carrera profesional dentro de la aerolínea, hasta alcanzar los puestos de mayor jerarquía, y el 59,4% contestó que tenían las mismas posibilidades.

Por último, se indagó si hay flexibilidad en el uso del uniforme, a lo cual el 76,4% de las personas encuestadas respondió que no existe tal flexibilidad.

El relevamiento realizado por medio de esta encuesta visibiliza algunas acciones a favor de la igualdad de género y diversidad implementadas por el sector de transporte aerocomercial, pero asimismo, muestra claramente la necesidad de un mayor compromiso y cambio organizacional para el logro de un ambiente laboral libre de desigualdades y violencias por razones de género. Por otro lado, el relevamiento de otras fuentes de información también muestran la misma tendencia.

Por último, es necesario actualizar constantemente las pesquisas, ya que el enfoque integrado de género y diversidad va ganando espacios en la agenda pública, el sector privado y el académico, en nuestro país. En este sentido, para poder contar con información útil para la toma de decisiones se decidió llevar adelante la actualización del estado de situación y comparar los datos obtenidos. Asimismo, se pretende mejorar algunas debilidades del relevamiento relacionadas con las dificultades de acceso a una cantidad significativa de informantes clave para llevar adelante entrevistas que aporten datos pertinentes. Por lo tanto, en una instancia futura, se contará con mayor información relevante.

BIBLIOGRAFÍA

- Carrasco Bengoa, C. (2018). *Economía feminista*. Bs. As. : Madreselva.
- Federici, S. (2018). *El patriarcado del salario*. Ciudad de Bs. As. : Tinta Limón
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022). *Censo Nacional de Población 2022*. www.indec.gob.ar
- Lipovich, G. (2011). “Desmitificando algunas implicancias del transporte aéreo como herramienta de desarrollo”. Buenos Aires. Voces en el Fénix, 2 (9).
- Ministerio Público de la Defensa de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2023). *Con Nombre Propio. A diez años de la Ley de Identidad de Género*.
- ONU Mujeres. (2021). *La igualdad de género en el mundo del trabajo. Cuadernillo de formación*. Programa Igualar. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2022/04/cuadernillo_de_formacion_digital_-_programa_igualar.pdf
- Organización Internacional del Trabajo - OIT. (2019). *Convenio sobre la Eliminación de la Violencia y el Acoso en el Mundo del Trabajo - Convenio 190*. https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C190
- Rodríguez Enriquez, C. (2015). Economía feminista y economía del cuidado: Aportes conceptuales para el estudio de la desigualdad; *Revista Fundación Foro Nueva Sociedad*; 256 (1-15).
- Rodríguez Enriquez, C. (2018). Organización social del cuidado y desigualdad: el rol del trabajo de las mujeres. En: *Revista Programa Género y Universidad*: Universidad Nacional de Rosario.
- Torres, A. Y. (2019). *Igualdad de género en el sector aeronáutico de Colombia, retos y oportunidades para el desarrollo del país y de la aviación*. <http://hdl.handle.net/10654/32519>.
- UNWTO, UN Women, World Bank Group, Amadeus & BMZ (2019). *Global Report on Women in Tourism. Second edition*. Madrid, España: UNWTO
- Valor, M; Valsangiacomo, A. (2021). Plan de Igualdad EANA 2030. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. https://eana.com.ar/sites/default/files/2021-02/Plan_de_Igualdad_EANA_2020-2030.pdf
- Wallingre, N. (2010). Responsabilidad del transporte aéreo en la dinámica territorial para el desarrollo del turismo argentino. El aporte pendiente. *Revista Transporte y Territorio*, N°2, Universidad de Buenos Aires, pp. 99-120. [En línea] <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/rtt/article/view/235>
- Yunis, E. (2013). El turismo como generador de equidad social: Avance y desafíos. En: *El turismo como inductor del desarrollo, de la inclusión social y de la integración regional*, Conferencia internacional en turismo, Fortaleza (Brasil), 28 y 29 de noviembre de 2011, Informe de la conferencia, OMT, Madrid

Eje temático N°2: Turismo y Sociedad

IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE TECNOLOGÍAS ACCESIBLES EN DESTINOS TURÍSTICOS

Rucci Ana Clara, Isoardi Alejo, Carman Natalia, Viletto Priscila.

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

El tema a investigar resulta relevante desde hace varias décadas en el campo científico del turismo y en la agenda pública internacional. El turismo accesible permite participar y disfrutar de la actividad turística a todas las personas, posean una discapacidad o no (Ryndach *et al.*, 2021). Las personas con discapacidad a menudo se enfrentan no solo a problemas de salud, sino también a una desigualdad persistente, con menos acceso a la atención médica, la vivienda, el empleo y la seguridad financiera (OMS, 2011; García Mora *et al.*, 2021). En 2006, la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (ONU, 2006) incluye entre sus artículos, la accesibilidad y el turismo, como derechos propios de las personas con discapacidad. A su vez, esta temática se incluye dentro de las metas 10 y 11 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible que refieren a reducir la desigualdad dentro y entre los países y hacer que las ciudades sean inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles (ODS, 2030). Sin embargo, son diversos los factores por los que una persona con discapacidad puede encontrar dificultades a la hora de hacer turismo. Entre ellos, la falta de información confiable (Porto *et al.*, 2018), experiencias previas negativas y la falta de servicios y lugares accesibles (Neumann y Reuber, 2004). Para que las personas con discapacidad puedan viajar de manera segura y en autonomía, se debe cumplir cadena de accesibilidad, que está compuesta por una serie de elementos que se entienden como eslabones. Esta cadena se repite independientemente del lugar de origen o destino, pudiendo cambiar el orden de los elementos del núcleo pero dejando fijos los elementos del inicio y final (OMT *et al.*, 2015). Los eslabones que la componen son: planificación e información; transporte de llegada; alojamiento; transporte local; entorno urbano; actividades de ocio; excursiones; compras; servicios médicos y de apoyo; transporte de salida; y, experiencia: calidad percibida (Neumann y Reuber, 2004; OMT *et al.*, 2015).

En este contexto, aparecen las tecnologías como herramientas facilitadoras que pueden contribuir a la independencia y autonomía de las personas con discapacidad, reduciendo el efecto de la ausencia de productos, servicios y entornos accesibles (Dewbury *et al.*, 2003; Harris, 2010). Algunos ejemplos de esto pueden ser las tecnologías del habla como el reconocimiento de voz y la conversión texto-voz, los sintetizadores braille, las telulapas, o hasta incluso chips para personas con paraplejia, gracias a los cuales, personas con movilidad reducida han podido volver a caminar (Koon y Vega, 2014). Y, existen casos en varios lugares del mundo, donde el uso de tecnologías avanzadas está dejando atrás la etapa de presentarse como una excepción para pasar a ser una norma en la vida de las personas con discapacidad (Demers *et al.*, 2002; Harris, 2010).

En este marco, y específicamente en el turismo, tanto la innovación como la tecnología se han convertido en las herramientas claves más útiles para el desarrollo de un turismo accesible (Loi y Kong, 2017), facilitando la búsqueda de información especializada para

ellos o logrando una interacción con el destino turístico de manera más autónoma. Asimismo, se ha evidenciado en los últimos años un creciente surgimiento de empresas de soluciones tecnológicas aplicadas al sector turístico para dar respuesta a las necesidades de accesibilidad desde las tecnologías (tal como pueden verse en el Catálogo de Soluciones Tecnológicas de SEGITTUR).

Frente a este escenario, se plantea la identificación de tecnologías que facilitan la inclusión y autonomía de personas con discapacidad en los destinos turísticos, identificando la tipología de tecnología en relación a la interacción entre usuario-destino, y al eslabón de la cadena de accesibilidad a la que pertenece.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El marco teórico de este trabajo hace referencia a la accesibilidad universal en turismo, entendida como las condiciones con las que deben disponer los entornos, productos y servicios para ser disfrutadas por todas las personas, incluidas aquellas con una discapacidad (Mace, 1985 en Ríos Trujillo *et al.*, 2018). Así se indica que la accesibilidad universal forma parte del ciclo de vida de cualquier persona (Darcy y Dickson, 2009), es decir, que una persona requerirá de la accesibilidad: de niño, estando embarazada, siendo anciano, teniendo una discapacidad transitoria o permanente, llevando un cochecito de bebé, cargando valijas, entre otros. La accesibilidad se vuelve determinante para personas con discapacidad y beneficiosa para toda la población.

En turismo, se habla de la cadena de accesibilidad, que es la sumatoria de diferentes eslabones que componen la actividad turística desde el inicio hasta su conclusión, se encuentran relacionados entre sí y cumplen las condiciones de accesibilidad. Es decir, que cada elemento que conforma la cadena debe garantizar que las personas accedan y reciban los servicios de acuerdo a sus necesidades (Martinez Carrillo y Boujroutf, 2017).

En relación a lo anterior, la información es el primer eslabón inamovible que constituye dicha cadena. Puntualmente es considerada esencial en la actividad turística de una persona con discapacidad (Molina Hoyo y Cánoves Valiente, 2010) y debe ser fácil de encontrar, accesible, fiable, precisa, detallada, descriptiva y actualizada (Sanchez Ruiz *et al.*, 2020). Debido a que, permite decidir de manera positiva y muestra un alto índice de fidelidad con los prestadores de servicios turísticos que la proveen. Sin embargo, en reiteradas ocasiones la información no cumple las condiciones mencionadas y representa una limitación para las personas con discapacidad, lo que hace que se desanimen y desistan de viajar (Daruwalla y Darcy, 2005; Stumbo y Pegg, 2005).

Entonces, ante las deficiencias del eslabón de la información la cadena de accesibilidad falla y consecuentemente provoca una experiencia negativa para una persona con discapacidad. De esta manera, el bienestar o calidad de vida de cualquier individuo disminuye, siendo las personas con discapacidad las más afectadas (Dominguez Vila *et al.*, 2011). Aquí, entonces, aparece la tecnología como facilitador de información en los destinos turísticos, y como eje en los destinos turísticos inteligentes, junto con la accesibilidad (SEGITTUR, 2015).

METODOLOGÍA

Para llevar adelante la investigación, se seguirán los siguientes pasos:

- (1) Conceptualizar el vínculo entre la cadena de accesibilidad en turismo, las ciudades inteligentes y los destinos turísticos inteligentes.

- (2) Identificar tecnologías que facilitan la interacción de personas con discapacidad y destinos turísticos inteligentes, clasificarlas utilizando el trabajo de Estevez, Lopes y Janowski (2016).

Tabla 1. Clasificación de tecnologías según uso para Smart Cities

Categoría	Elementos
TIC	Redes de datos y telecomunicaciones; Centros de datos; Redes inalámbricas; Red de computadoras; Redes ubicuas; Tecnologías móviles; Televisión satelital; Sistema de identificación por radiofrecuencia (RFID); Tecnologías de comunicación de vehículo a vehículo (V2V) y de vehículo a infraestructura (V2I); Tecnologías multimedia; Tecnologías de vigilancia y seguridad.
Herramientas de hardware	Dispositivos móviles; Teléfonos inteligentes; Sensores; Cámaras de televisión.
Herramientas de software	Herramientas de transmisión de vídeo; Herramientas de aprendizaje electrónico; Herramientas web; Bases de datos; Mapas virtuales; Aplicaciones móviles; Herramientas de gestión de operaciones; Software de código abierto; Sistemas de información geográfica (SIG); Herramientas de comercio electrónico; Sistemas de gestión de relaciones con los clientes (CRM); Sistemas de cobro automático de tarifas (AFC).
Nuevos enfoques de TIC	Datos abiertos; <i>Big Data</i> ; Servicios de nube; Virtualización de la realidad; Minería de datos; Análisis de datos; Ciberseguridad; Internet de las cosas.
Otras tecnologías	Energía solar, eólica y mareomotriz; Redes eléctricas inteligentes; Materiales ecológicos y tecnologías de la construcción; Mecánica para sistemas de transporte; Productos químicos verdes; Tecnologías para el tratamiento de residuos.

Fuente: Adaptado y traducido de Estevez, Nuno y Janowski (2016)

- (3) Ubicar cada una de esas tecnologías accesibles del punto (2) en cada uno de los eslabones de la cadena de accesibilidad en turismo de un destino turístico.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En los últimos años, las tecnologías han fomentado la mejora de accesibilidad de los turistas con alguna discapacidad en los destinos (Loi y Kong, 2017). Sin embargo, la accesibilidad es la dimensión de los Destinos Turísticos Inteligentes que tiene mayor dificultad para cumplirse (Ivars-Baidal *et al.*, 2021).

Con los resultados, se espera que la identificación de estas tecnologías accesibles según el eslabón de la cadena de accesibilidad en turismo, pueda dar visibilizar las aplicaciones para turistas con discapacidad y que mejoran la oferta accesible del destino, así como identificar aquellos eslabones con menos desarrollos tecnológicos aplicados, y realizar propuestas que mejoren la interacción con el destino.

La tecnología y accesibilidad, es un tema que merece la pena ser estudiado en

profundidad, ya que los escenarios en cada país del mundo difieren según el grado de desarrollo y cuán avanzado está el tema de la discapacidad/accesibilidad (Porto *et al.*, 2019).

BIBLIOGRAFÍA

Darcy, S. y Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44. <https://doi.org/10.1375/jhtm.16.1.32>

Daruwalla, P., y Darcy, S. (2005). Personal and Societal Attitudes to Disability. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 549-570. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.10.008>

Demers, L., Monette, M., Lapierre, Y., Arnold, D. L. y Wolfson, C. (2002). Reliability, validity, and applicability of the Quebec User Evaluation of Satisfaction with assistive Technology (QUEST 2.0) for adults with multiple sclerosis. *Disability and Rehabilitation*, 24(1-3), 21-30. <https://doi.org/10.1080/09638280110066352>

Dewsbury, G., Clarke, K., Rouncefield, M., Sommerville, I., Taylor, B. y Edge, M. (2003). Designing acceptable 'smart' home technology to support people in the home. *Technology and Disability*, 15(3), 191-199. 10.3233/tad-2003-15305

Dominguez Vila, T., Fraiz Brea, J. A. y Alén González, M. E. (2011). Turismo y accesibilidad: una visión global sobre la situación de España. *Cuadernos de Turismo*, (28), 23-45.

Estevez, E., Lopes, N. V. y Janowski, T. (2016). *Smart Sustainable Cities: Reconnaissance Study*. Guimarães: United Nations University Operating Unit en Policy-Driven Electronic Governance.

García Mora, M. E., Schwartz Orellana, S. y Freire, G. (2021). *Inclusión de las personas con discapacidad en América Latina y el Caribe: Un camino hacia el desarrollo sostenible*. Banco Mundial. <http://hdl.handle.net/11181/6520>

Harris, J. (2010). The use, role and application of advanced technology in the lives of disabled people in the UK. *Disability & Society*, 25(4), 427-439. <https://doi.org/10.1080/09687591003755815>

Ivars-Baidal, J., Celdrán-Bernabeu, M. A., Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J. F. y Giner Sánchez, D. (2021). Measuring the progress of smart destinations: The use of indicators as a management tool. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100531. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100531>.

Koon, R. A. y Vega, M. E. D. L. (20 de agosto de 2014). *El impacto tecnológico en las personas con discapacidad* [Discurso principal]. II Congreso Iberoamericano de Informática Educativa Especial, Consejo Provincial de Educación de Neuquén, Neuquén, Argentina.

Loi, K. I. y Kong, W. H. (2017). Tourism for All: Challenges and Issues Faced by People with Vision Impairment. *Tourism Planning & Development*, 14(2), 181-197. <https://doi.org/10.1080/21568316.2016.1204357>

Martinez Carrillo, J. M. y Boujrourf, S. (2020). Turismo accesible para todos. Evaluación del grado de accesibilidad universal de los parques y jardines de Marrakech. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18(1), 57-81.

Molina Hoyo, M. y Cánoves Valiente, G. (2010). Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. *Cuadernos de Turismo*, 25, 25-44.

Neumann, P. y Reuber, P. (2004). *Economic Impulses of Accessible Tourism for All, Study*. Federal Ministry of Economics and Technology and Federal Ministry of Economics and Labour.

OMT, Fundación Once y ENAT (2015). *Manual sobre turismo accesible para todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones*. OMT.

Organización de Naciones Unidas. [ONU]. (2006). *Convention on the Rights of Persons with disabilities*. Naciones Unidas.

Organización Mundial de la Salud (2011). *Informe Mundial de la Discapacidad*. https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/summary_es.pdf?ua=1

Porto, N., Rucci, A. C. y Ciaschi, M. (2018). Tourism accessibility competitiveness. A regional approach for Latin American countries. *Journal of Regional Research*, 42, 75-91

Porto, N., Rucci, A. C., Darcy, S., Garbero, N. y Almond, B. (2019). Critical elements in accessible tourism for destination competitiveness and comparison: Principal component analysis from Oceania and South America. *Tourism Management*, 75, 169-185. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.012>

Ríos Trujillo, E. U., Correa Fuentes, D. A. y Aviña Iglesias, R. (2018). Diseño de un instrumento para la evaluación de la accesibilidad universal. *Ingeniería*, 22(3), 1-11.

Ryndach, M. A., Kargina, L. A., Lebedeva, S. L. y Chernyshova, L. A. (2021). Artificial Intelligence in Accessible Tourism. In *CEUR Workshop Proceedings* (pp. 248-258).

Sánchez Ruiz, J., Loarte Tene, M. y Caisachana Torres, D. (2020). Turismo accesible e inclusivo en el Ecuador, frente al turismo accesible en otros países. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(1), 225-231.

Sociedad Estatal Para La Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) (2015). Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. <https://www.thinktur.org/media/Libro-Blanco-Destinos-Turísticos-Inteligentes-construyendo-el-futuro.pdf>

Stumbo, N. J. y Pegg, S. (2005). Travellers and Tourists with Disabilities: A Matter of Priorities and Loyalties. *Tourism Review International*, 8(3), 195-209. <https://doi.org/10.3727/154427205774791537>

Eje temático N°2: Turismo y Sociedad

EL POSICIONAMIENTO DE LAS ZONAS CENTRO Y SUR DE MENDOZA EN EL ESCENARIO TURÍSTICO ARGENTINO. ACTORES, PRÁCTICAS Y OBRAS (1932-1948)

Palomares Bianchi Pablo.

INCIHUSA, CONICET, Facultad de Ingeniería, Universidad Nacional de Cuyo

INTRODUCCIÓN

Tanto el gobierno conservador-demócrata, iniciado en 1932 en Mendoza, como el ciclo peronista, que le sucedió, reportaron un notable interés por el fomento del turismo. Si bien la producción de arquitectura para el hospedaje tuvo dispares concreciones en cada una de estas administraciones, resulta de interés indagar en las particularidades del desarrollo edilicio vinculado al turismo en esos años, no sólo desde la acción pública sino también en contraste con la iniciativa privada.

Este trabajo pretende aportar a la comprensión de un campo “en construcción”, en palabras de Elisa Pastoriza (2011), a la vez que apunta a conocer las dinámicas de cambio y las particularidades de una actividad económica desde la mirada de las microescalas (Carbonari y Carini, 2020: 8), lo que atiende a las heterogeneidades, pone su atención en un discurso alejado de las grandes narrativas y busca “terminar con la hegemonía de las historias centradas en la capital nacional” (Raffa, 2020: 130).

Así, la investigación propone, como **objetivo general**, indagar en la conformación turística de la zona Sur de la provincia de Mendoza.

Como **objetivos particulares**, se propone contrastar el modo en que ambas administraciones concibieron el turismo, en términos de las políticas implementadas y las realizaciones. En segundo lugar, se pretende analizar el desarrollo de la hotelería privada, tratando de comprender en qué medida fue facilitada -o no- por las gestiones de gobierno. En tercer lugar, se busca indagar en las particularidades arquitectónicas de los proyectos pensados y los efectivamente materializados, indagando en las variables tecnológica, tipológica, espacial y estilística.

El **supuesto de base** postula que ambas administraciones fueron particularmente prolíficas en políticas, lo que contribuyó al posicionamiento de Mendoza como destino de turismo: el período conservador-demócrata buscó acrecentar los equipamientos en sitios “consagrados” de la geografía provincial; mientras que el peronista orientó sus acciones a diversificar la oferta de turismo, reforzando aquellos sitios e implantando equipamientos en zonas alejadas de los destinos consolidados.

MARCO TEÓRICO

La Teoría de las **Representaciones Sociales** permite indagar en el conjunto de creencias, ideas, imaginarios o formas de pensar, a las que adhieren los distintos actores. Desde la concepción clásica esta teoría, se considera referentes al sociólogo Serge Moscovici (1988) y a la investigadora Denise Jodelet (1986). En el contexto latinoamericano, son muy relevantes los aportes de María Auxiliadora Banchs. Por medio de las RS se busca “entender en qué medida sus contenidos reflejan los substratos culturales de una sociedad” (Banchs, 1994, p. 11).

Las representaciones sociales son fundamentales para comprender las formas de pensar que guiaban las acciones de los agentes privados y estatales en la construcción del destino turístico. Esta construcción despliega sus alcances en diversos aspectos que indagamos a lo largo del trabajo: en primer lugar, el modo en que conciben el espacio geográfico en su sentido más amplio, es decir, cómo estos actores entienden que debe definirse y abordarse el territorio. En segundo término, la construcción del destino se sustenta en la oferta de sitios a visitar y de las actividades que se pueden realizar. En la práctica de estas actividades (y no otras) y en los circuitos turísticos propuestos (que necesariamente excluyen otros) existe una intención a veces implícita y otras, explícita; que delinea el perfil turístico de Mendoza, es decir, las actividades y sitios que caracterizan su oferta turística y la distinguen de otros destinos, tanto del país como del mundo. En esta búsqueda de singularidad del destino turístico socialmente construido, se ponderan unas cualidades en detrimento de otras.

En tercer lugar, en el cruce con la disciplina arquitectónica, el estudio en base a las representaciones permite detectar en la adopción de ciertos lenguajes, tecnologías, tipologías, materialidades y concepciones espaciales (cualidades que, por otra parte, caracterizan la oferta de alojamiento disponible), una relación con los valores y sistemas de creencias a los que adhieren los agentes de poder.

Respecto del **Territorio**, entendemos que la problemática detectada incluye las intervenciones materiales que operan sobre una extensa geografía, según los intereses de los distintos agentes que intervinieron en la conformación del destino turístico, dado que esta construcción se vislumbra tanto en el plano de las intervenciones tangibles como desde los actos simbólicos. Claude Raffestin (2011) define las tensiones entre diversos actores sobre un territorio, en relación con el ejercicio del poder, y es a partir de esta lente que despliega su mirada sobre esta temática, en el libro *Por una geografía del poder* (2011). Así entendido, el territorio constituye un espacio transformado en base al trabajo, trabajo inserto en relaciones sociales, relaciones sociales que dibujan relaciones de poder. El acercamiento a la **construcción social y simbólica del paisaje** lo propone Gilberto Giménez (2001), quien sostiene que el territorio es el espacio apropiado por un grupo social para asegurar su reproducción y la satisfacción de sus necesidades vitales, advirtiendo que pueden ser materiales o simbólicas: la apropiación del espacio puede comprenderse en la consideración de estas dos variables: prevalentemente utilitaria y funcional o simbólico-cultural.

METODOLOGÍA Y FUENTES

Desde un encuadre macrosocial, cuyo propósito es “abordar el estudio de la estructura social, de las instituciones, las sociedades y sus culturas, incluyendo cuestiones vinculadas a los procesos históricos” (Sautu, 2005: 52), los casos se examinan a partir del “modelo narrativo histórico”, a partir del análisis de datos secundarios agregados y fuentes documentales. Complementariamente, las técnicas de abordaje de documentos escritos involucran por una parte, su lectura e interpretación, entendida como el intento por comprender el documento en el contexto de las condiciones (materiales, sociales, etc.) de su producción. Para lograr este objetivo nos apoyamos en la Teoría del Discurso, y en la técnica del análisis del discurso, desde la ampliación metodológica propuesta por Arturo Roig (1993). La lectura del edificio como “documento histórico”, siguiendo la propuesta teórica de Marina Waisman (1972 y 1993), permitió ahondar en la materialidad de las obras, su tipología, las tecnologías empleadas y los agentes relevantes vinculados con su construcción; a la vez que las características de la arquitectura se analizaron siguiendo el modelo propuesto por Bruno Zevi (1998).

Como técnicas de análisis, se recurrió al análisis de fotografía histórica que provee la *Gramática de Casos* (Valle Gastaminza, 1999 y 2002; Fitz Canca, 2001). Luego, al análisis interpretativo de fuentes primarias (Sautu, 2003), tales como: documentos oficiales (leyes, memorias de gobierno y estadísticas de ambos períodos), prensa (diarios *La Palabra* y *Los Andes*), revistas (*La Quincena Social*, *Revista Mensual BAP*, *Revista CITA*, *Revista de Arquitectura*) y material de archivos públicos y privados (postales y fotografías, mapas y planos).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El relevamiento de las fuentes permitió confirmar la existencia de hoteles generados por el Estado y también por emprendedores privados. Las termas **El Peralito** (o Lahuen C6), ubicadas en el valle del río Salado, sobre la margen derecha del río y en la zona cordillerana de las fuentes termales, cerca de Los Molles, datan de 1932, momento en que se inició la construcción de un modesto hotel. El edificio se componía de un bloque alargado, que alojaba hacia el Oeste la zona pública, que albergaba el comedor y el estar, hacia el Este se ubicaban las habitaciones para huéspedes y los cuartos de baño termales. Este primitivo edificio se fue ampliando a lo largo del tiempo, agregando habitaciones para huéspedes y mayores comodidades (cuartos para baños termales, comedor, consultorio médico y farmacia)

Las imágenes mostraban los edificios inmersos en los panoramas montañoses. Las fotografías interiores, al no incorporar la figura humana, fijaban la atención en la propia espacialidad y en los detalles del mobiliario y ornamentación de los locales. El comedor, sitio emblemático de sociabilidad, presentaba las mesas prestas a recibir comensales, connotando una ocupación o demanda “constante” del hotel.

El hotel **Termas del Sosneado** se ubicaba junto al río Atuel, sobre la ruta provincial N° 220, a una altitud de 2180 m. s. n. m., a unos 60 kilómetros hacia el Noroeste de la localidad del Sosneado. En la década de 1930, la Sociedad Anónima Río Atuel Limitada adhirió a los beneficios de la primera ley de fomento al turismo y a la edificación de hoteles, norma 1216/36, que ofrecía rebajas del 50% de la patente anual, lo que permitió construir el edificio. Además, un consorcio de actores privados acompañados por el Ministro Frank Romero Day, realizaron una gira por “todo el departamento de San Rafael durante ocho días”, luego por General Alvear y Malargüe, con el objeto de registrar y organizar todo lo concerniente a los establecimientos hoteleros. La iniciativa dejó en evidencia la creciente relevancia de San Rafael como destino turístico, por ello se evaluó que sería conveniente instalar de manera permanente una delegación de la Dirección Provincial de Turismo (DPT), hecho que hasta el momento no se ha podido verificar.

El **Hotel Turismo Malargüe** respondió al pintoresquismo, el Hotel se situó paralelo a la calle, ocupando la mitad de la manzana, con un retiro frontal. El conjunto completó en la misma manzana, una sede para el registro civil, edificio angosto y alargado y ubicado retranqueado, de modo que generaba una plaza cívica dominada por la comisaría, el tercer edificio que completó el programa estatal en la villa cabecera sureña. El lenguaje elegido para todos los edificios se expresó en ladrillo a la vista en todas las fachadas, con techumbres a dos aguas de poca pendiente. Tanto el hotel como la comisaría presentaban balcones en puntos singulares, con barandas de madera tratadas a la hachuela. Celosías de puertas y postigos de ventanas fueron resueltos también en madera, dando unidad a todo el conjunto.

La ley 1581, sancionada el 28 de setiembre de 1946 fomentaba el turismo por medio de la construcción y amoblamiento de “cuatro hoteles populares de turismo” (Díaz Guzmán, 1949: 121). La norma previó que los hoteles podían administrarse de forma directa, por

la DPT, o por vía de la concesión, para lo cual se llamaría a licitación pública por períodos no mayores a cinco años. La finalidad de estos hoteles era proporcionar alojamiento y esparcimiento a precios reducidos y nunca superiores a los fijados por las tarifas oficiales para hoteles de segunda categoría. Si bien se concretaron tres de los cuatro edificios propuestos, es interesante destacar que todos los ejemplos abrazaron un lenguaje netamente racionalista, con partidos extendidos en el terreno (que no superaron en ningún caso un piso alto sobre la planta baja), a partir de volumetrías puras, cubiertas planas, muros blanqueados y ausencia absoluta de elementos decorativos. La **hostería del Manzano Histórico**, concretada también en este período, constituyó un ejemplo relevante de arquitectura iniciada por el Estado, en un marco de acciones que jalonaron, como punta de lanza, una serie de acciones que luego siguieron inversores privados para incorporar el sitio como destino de turismo histórico-cultural, vinculado a la Gesta Sanmartiniana.

Como **conclusión** del trabajo realizado, puede destacarse que la relación de los edificios con el emplazamiento fue muy acotada, es decir, sólo en algunos casos se verificó la existencia de galerías, pérgolas, escaleras, balcones o terrazas que facilitarían la relación del edificio con el lugar. Aun así, primó en los textos publicitarios relevados en guías de turismo, la vinculación continua del edificio con el paisaje, configurando poderosas representaciones visuales: la discursiva promocional fue incorporando no sólo los servicios y cualidades tecnológicas de los hoteles, sino aspectos relacionados con el sitio y el abanico de experiencias que esas localizaciones posibilitaban.

Por otra parte, concluimos que la Arquitectura, entendida en su capacidad comunicativa, se instituyó como vehículo preferencial de representaciones visuales, en tanto su cualidad intrínseca, referida a su aptitud para contener el espacio interior –y limitar el espacio exterior– remitía, desde un complejo constructo basado en alegorías y metáforas, a las propias actividades que ella misma admitía en su seno. De este modo, contribuía a reforzar el mensaje, contenido en la información textual de los anuncios publicitarios, la que, por medio de la incorporación de fotografías, connotaba un conjunto aun mayor de prácticas y usos, a los explícitamente denotados por el mensaje textual.

Al igual que en el período conservador-demócrata, durante los gobiernos peronistas a nivel provincial el Estado ocupó un lugar preponderante, en menor medida mediante la concreción de obra pública, pero con mayor fuerza desde un posicionamiento ideológico que activaba estrategias propagandísticas para resignificar los destinos previamente conformados. En este contexto, la edilicia hotelera -con menor grado de intensidad la edilicia estatal, con resultados más significativos la privada-, continuó ampliando la oferta hotelera, no sólo en hoteles de primera categoría, sino también con establecimientos de menor rango.

BIBLIOGRAFÍA

Banchs, M. A. (1994). Deconstruyendo una deconstrucción: lectura de Ian Parker (1989) a la luz de los criterios de Parker y Shotter (1990). *Papers on social representations*, 3, 52-74.

Carbonari, M. R. y Carini, G. (2020) Hacer la historia local y regional hoy. En: *Carbonari et al., Historia local y regional: balances y agenda de una perspectiva historiográfica*, Río Cuarto: UniRío Editora, 7-14.

Díaz Guzmán, J. M. (1949). *Índice general de leyes de la provincia: 1896 a 1946, ordenadas por número y por materia*. 2da. serie. Tomo VIII (1938-1949). Mendoza: GARLOP.

- Fitz Canca, M. J. (2001). Análisis documental y fotografía histórica. *Patrimonio Histórico: Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 34, 232-241.
- Giménez, G. (2000). *Territorio, cultura e identidades. La región sociocultural*. Cultura y Región. Bogotá: CES-Universidad Nacional.
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En *Moscovici, S. (Comp.), Psicología Social II*. Barcelona: Paidós, 469-494.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of social representations". *European Journal of Social Psychology*, 18, 211-250.
- Pastoriza, E. (2011). *La Conquista de Las Vacaciones: breve historia del turismo en la Argentina*. Buenos Aires: Edhasa.
- Raffa, C. (2020). Lo local en la construcción de una Historia de la Arquitectura nacional: Mendoza como caso de estudio. En: *Carbonari et al., Historia local y regional: balances y agenda de una perspectiva historiográfica*, Río Cuarto: UniRío Editora, 127-153.
- Raffestin, C. (2011). *Por una geografía del poder*. Michoacán: El Colegio de Michoacán.
- Roig, A. A. (1993). *Historia de las ideas, teoría del discurso y pensamiento latinoamericano*. Bogotá: USTA.
- Sautu, R. (2003). *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Lumiere.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. y Elbert, R. (2005). *Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. CLACSO.
- Valle Gastaminza, F. (1999). Dimensión documental de la fotografía. En *Manual de documentación fotográfica*. Madrid: Síntesis.
- Valle Gastaminza, F. (2002). Perspectivas sobre el tratamiento documental de la fotografía. En: *Imagen, cultura y tecnología: Primeras Jornadas*: [Madrid, 1 al 5 de julio], Archiviana.
- Waisman, M. (1972). *La estructura histórica del entorno*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión SAIC.
- Waisman, M. (1993). *El interior de la Historia. Historiografía Arquitectónica para uso de Latinoamericanos*. Bogotá: ESCALA.
- Zevi, B. (1998). *Saber ver la arquitectura. Ensayo sobre la interpretación espacial de la arquitectura*. Barcelona: Ediciones Apóstrofe.

Eje temático N°2: Turismo y Sociedad

¿DE QUIÉN ES LA CHINESCA? TURISTIFICACIÓN Y APROPIACIÓN CULTURAL EN LA ZONA FUNDACIONAL DE MEXICALI, MÉXICO

Zamudio Vega Laura Susana, Vizcarra Romero Berenice.

Facultad de Arquitectura y Diseño, Universidad Autónoma de Baja California.

Ayala Macías Elvia Guadalupe.

Facultad de Ciencias de la Ingeniería y Tecnología, Universidad Autónoma de Baja California

INTRODUCCIÓN

Desde el año 2019, en Mexicali en Baja California, México, se han emprendido una serie de proyectos urbanos, encabezados por las autoridades locales, con apoyo de comerciantes e inversionistas privados, como parte de una estrategia de reactivación y turistificación de la zona fundacional de esta urbe. Uno de los proyectos emblema, no solo ha implicado cambios urbanos y arquitectónicos en el primer cuadro de la ciudad; también ha involucrado una reapropiación y distorsión cultural de una de las muchas comunidades migrantes asentadas en esta localidad fronteriza, así como una reconstrucción de las crónicas fundacionales de esta capital.

Se trata de la Chinesca, un espacio (inicialmente no delimitado geográficamente), localizado en el casco histórico de esta ciudad, caracterizado por el asentamiento de la comunidad china desde inicios del siglo XX. A partir de la iniciativa del proyecto *China Town* (2019) y con base en el *Plan maestro de regeneración del Centro Histórico* ejecutado por el 23 ayuntamiento de este municipio, en los últimos años se han llevado a cabo al menos cinco intervenciones urbano-arquitectónicas relacionadas con la definición de este barrio, así como un gran número de eventos recreativos y actividades culturales; todos ellos despertando polémicas que polarizan los comentarios de la ciudadanía, por lo que, se considera que representan intereses puntuales, que tienden tanto a beneficiar a algunos comercios de la zona como a perjudicar a otros.

El siguiente texto propone la revisión de uno de estos eventos en particular, el Festival del Año Nuevo Chino festejado en ediciones anteriores por la Asociación China en Mexicali y que para su edición de 2023 fue celebrado el domingo 11 de febrero y organizado por autoridades municipales (Centro de Ferias y Exposiciones de Mexicali) en coordinación con dependencias estatales (Centro Estatal de las Artes), basado en la celebración anual de primavera del calendario chino, con orígenes milenarios. El programa de este evento gratuito, de 13:00 a 20:00 horas, incluyó tres escenarios con números musicales y visuales, de danza china, teatro infantil y exhibiciones, además de la venta de comida, alcohol y productos varios, con la consigna de estar vinculados a la cultura china o ser alusivos al año del conejo. Evento que fue replicado en las localidades de Tijuana y Ensenada, con programas y actividades semejantes (Mendoza, 2023).

En una ciudad cuya relativa juventud limita la valorización de los inmuebles patrimoniales y cuyo origen multicultural no se limita a un solo grupo migratorio, es imprescindible dar testimonio de los cambios físicos y las transformaciones en la configuración de los imaginarios urbanos y culturales. Por lo anterior, se propone como objetivo de trabajo el evaluar las transformaciones urbano arquitectónicas que se han generado a partir de la reactivación turística de la zona de la Chinesca de la ciudad de Mexicali, Baja California y su papel dentro de la reconfiguración de imaginarios sociales patrimoniales. En espera de responder ¿De qué manera se han asimilado las transformaciones en la zona de estudio por parte de la ciudadanía local? ¿Cómo ha resultado la aceptación de estos nuevos discursos por parte de la comunidad china? ¿Dichas transformaciones, realmente han favorecido a la actividad turística y comercial de la zona o es que solo responden a intereses individuales? además de considerar ¿Cómo se ve afectado el patrimonio cultural de Mexicali?

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

En consecuencia a la complejidad del tema en cuestión, este estudio se fundamenta en el cruce teórico de tres áreas de estudio: 1) el patrimonio cultural edificado 2) la industria turística y 3) los imaginarios sociales, de manera que ha sido posible revisar las alteraciones físicas para la captación turística y la adecuación de la percepción social, además de cuestionar su connotación legal en el ámbito mexicano, la conformación de patrimonios “modernos” y el respaldo de la identidad social.

Cabe considerar que la investigación se enmarca en los estudios contemporáneos del patrimonio que involucran su construcción y legitimación social rompiendo con los esquemas tradicionales vinculados a su valor artístico o histórico. Hecho que resulta fundamental en el caso de Mexicali, cuya fundación oficial es reciente en comparación con la historia y el patrimonio construido de otras ciudades de México que tienen su génesis y consolidación entre el siglo XVI y XIX.

Además de lo anterior, es importante contemplar que, Mexicali como destino turístico, no se consolidó con las mismas características turísticas comparado con las ciudades vecinas de Tijuana y Ensenada, agraciadas por la costa del Pacífico, los eventos masivos y por la bondades paisajísticas, gastronómicas y enológicas que las distinguen y que desde su fundación oficial ostentan como cualidades turísticas y su fuerte vinculación con EE UU, principal emisor de turistas en la región. Si bien los inicios del turismo de la región se consolidaron por la oferta de “la industria del pecado”, con la construcción de hoteles, casinos, cantinas, prostíbulos y restaurantes que respondían a la demanda de la época de la prohibición de la producción, importación, consumo y venta de bebidas alcohólicas (con la Ley Volstead en vigencia de 1920-1933) en el país vecino y, recientemente, a la oferta de turismo médico (principalmente odontológico); Mexicali se desarrolló y promovió principalmente por su actividad agrícola e industrial. No es hasta la administración actual que Mexicali busca posicionarse en el mapa nacional con el turismo “cultural”, a partir de explotar la historia y atributos estilísticos y arquitectónicos de la cultura China asentada en la región.

Los proyectos antes mencionados, se resguardan actualmente bajo dos reformas legales que redefinen la administración de la zona de estudio: 1) la aprobación del cabildo para la creación de la Delegación Centro Histórico Mexicali en diciembre de 2021, donde se nombra a Ruben Ernesto Hernández Chen (empresario y promotor turístico de la

Chinesca) como el primer delegado; 2) el nombramiento de *Barrio Mágico* a la zona de la Chinesca (2023), en relación al programa federal *Barrios Mágico de México*, mismo que entró en vigor en 2022 con fines turísticos y bajo la premisa de ofertar una gama más amplia de experiencias para aquellos visitantes que “recorren el territorio nacional, impulsando el bienestar y desarrollo de las comunidades con una dimensión social” (Gobierno de México, 2022).

En publicaciones recientes, se le atribuye al delegado del Centro Histórico declaraciones al respecto: “Ante el nombramiento como *Barrio Mágico* a la Chinesca se vienen una serie de apoyos en términos artísticos y mobiliarios. Los apoyos serán con la finalidad de continuar decorando las calles y callejones de la zona, que sean atractivas ante el ojo humano, además de seguir la línea en cuestión de infraestructura acorde a la temática china [...] Para finalizar el delegado agregó que la Chinesca se ha convertido en un punto turístico a nivel regional y nacional, movilizándolo a más de 800 turistas por semana.” (Jove, 2 abril 2022).

Comentarios que, además, parecieran contrastar con otros expresados a los medios de comunicación antes de asumir su cargo político: “Hernández Chen explicó que estos festejos tratan de preservar las tradiciones genuinas de China, no se fusionan con lo moderno u otras culturas, lo que le da ese toque de encanto a la tradición milenaria.” (De León, 12 febrero 2021), la visión que se ha mediatizado desde el arranque del proyecto exhibe que el mensaje que originalmente buscaban promotores difiere de las alteraciones que se pueden apreciar en la urbe: “Junior Chen señaló que la celebración del comienzo del nuevo año se hace en familia con una cena en la que el plato fuerte es el pescado acompañado de frutas y de un pastel que se elabora especialmente para la ocasión.” (García, 12 febrero 2021).

En declaraciones como las anteriores se percibe la materialización de un barrio reconstruido que si bien ha tenido una presencia de población de origen chino, transmiten por medio de sus intervenciones, falsos históricos; por lo que su alcance en la apropiación y uso del territorio, ha sido limitada. Así, a partir de la legitimación de un *imaginario social instituido* (Castoriadis, 1975, 1997) de este grupo étnico se pretende comercializar y potencializar la zona turísticamente. Hecho que se enfatiza recientemente con la realización de eventos como el de la celebración del año chino, en el que se observa una marcada escenificación de lo mexicalense para adaptarse a la oferta turística propuesta y la poca presencia de personas de origen chino.

METODOLOGÍA

Para lograr los fines deseados, se ha optado por una investigación de corte inductivo, de tipo exploratorio-descriptivo y bajo el método cualitativo. Para ello, se han empleado diversas técnicas como 1) el análisis documental, como apoyo en la definición de antecedentes y discusión de resultados; 2) trabajo de etnografía digital, con énfasis en la codificación de comentarios y reacciones en redes sociales; 3) observación participante y revisión fotodocumental, en relación con la asistencia del evento de este año, corpus documental que se pretende analizar a través del software de procesamiento de datos Atlas.ti.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Frente a las recientes intervenciones en la zona, motivadas por políticas públicas que tienen como fin la comercialización turística del territorio de la Chinesca, se advierte que las acciones emprendidas en el barrio, tarde o temprano mostrarán los efectos perniciosos del turismo, como la turistificación, gentrificación y disneyficación que ya han dado pie a acciones y narrativas sociales de rechazo tanto de los habitantes locales, como de los turistas en otras latitudes.

Ante las alteraciones urbano-arquitectónicas y del evento aquí documentado, observamos también un rechazo por parte de la población de origen chino ante la falta del respeto y originalidad de su cultura y tradiciones. Dando pie a la construcción de una mitificación de la fundación de Mexicali que coadyuva a la desinformación y ya comienza a permear en una confusión generalizada por parte de nuevas generaciones, población de nuevo arribo y visitantes de la ciudad, mismos que no podrán reconocer qué elementos arquitectónicos resultan auténticos o singulares dentro del pastiche que configura la ciudad.

Adicionalmente, la distinción que hoy en día se le otorga a la comunidad china acerca de los orígenes urbanos y comerciales de Mexicali, pudieran considerarse una reivindicación ante décadas de xenofobia, segregación y olvido (impulsada por una política anti-china en el México posrevolucionario); sin embargo, resulta contradictorio que las nuevas intervenciones en el primer cuadro de la ciudad nieguen, en un proceso de marcada alteridad, a los nuevos residentes de esta; los migrantes haitianos y de ascendencia africana, así como las personas en tránsito provenientes del *triángulo del norte* (El Salvador, Honduras y Guatemala), con destino a EE UU, que en los trabajos de higienización terminan por ser excluidos.

BIBLIOGRAFÍA

Castoriadis, Cornelius (1975). *La institución imaginaria de la sociedad*. Tusquets Editores, Barcelona.

Castoriadis, Cornelius (1997). *El imaginario social instituyente*. Zona Erógena. No. 35.
De León, N. (12 febrero 2021). Celebran hoy en Mexicali el año nuevo chino. Noticias de Mexicali | EL IMPARCIAL.
<https://www.elimparcial.com/mexicali/mexicali/Celebran-hoy-en-Mexicali-el-ano-nuevo-chino-20210212-0004.htm>

García, M.M (12 febrero 2021). Celebran chinos de Mexicali su Año Nuevo 4718.
<https://www.el-mexicano.com.mx/Noticia/Estatal/3403/Celebran-chinos-de-Mexicali-su-A%C3%B1o-Nuevo-4718>

Gobierno de México (2022). Barrios Mágicos de México, nuevo programa de Sectur.
<https://www.gob.mx/sectur/prensa/barrios-magicos-de-mexico-nuevo-programa-de-sectur>

González Félix, Maricela. (1990). El proceso de aculturación de la población de origen chino en la ciudad de Mexicali. Cuadernos de Ciencias Sociales, 4 (7), pp. 7-76. Universidad Autónoma de Baja California.

Jove, Y. (2 abril 2023). Apoyarán la chinesca como “barrio mágico”. La Voz de la Frontera | Noticias Locales, Policías, sobre México, Mexicali, Baja California y el Mundo.
<https://www.lavozdelafrontera.com.mx/local/apoyaran-la-chinesca-como-barrio-magico-9859706.html>

Mendoza, E. (2023, febrero 10). Realizarán Festival Año Nuevo Chino 2023 “Conejo del agua”, en BC. Semanario ZETA. <https://zetatijuana.com/2023/02/realizaran-festival-ano-nuevo-chino-2023-conejo-del-agua-en-bc/>

Sanchez Ogás, Y. (2021). Historia de los chinos en el Valle y la ciudad de Mexicali. Agencia Promotora de Publicaciones.

Urbina Barrera, F. y Tenorio Castañeda, L.F. (2019). Devenir, presencias y ausencias en el Centro Histórico de Ciudad Juárez. Revista Pueblos y fronteras digital, 14 (e-381), pp. 1-30.

EJE TEMÁTICO 3

Turismo, Organizaciones y Servicios

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Eje temático N°3: Turismo, Organizaciones y Servicios

PESCA DEPORTIVA COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN EL ÁREA NATURAL PROTEGIDA RÍO LIMAY SUPERIOR, PATAGONIA ARGENTINA

Arena Santiago, Gallucci Soledad, Caruso María Joselina.

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur

INTRODUCCIÓN

El turismo activo presenta durante las últimas décadas un crecimiento destacable que lo posiciona como una de las principales modalidades turísticas (Organización Mundial del Turismo, 2014). Entre sus actividades se destaca la pesca deportiva la cual, en la República Argentina, atrae un número cada vez mayor de turistas, tanto de procedencia nacional como internacional.

A los fines de la investigación, cobra relevancia la Región Patagonia como destino turístico para la práctica de la pesca deportiva la cual registra un crecimiento sostenido en las últimas décadas. La misma cuenta con numerosos espacios de pesca de interés deportivo entre los cuales se destaca el río Limay Superior.

Este río constituye el límite Este del Parque Nacional Nahuel Huapi, único emisario del lago homónimo. El río comparte 55 kilómetros de cauce dentro del parque hasta su confluencia con el río Traful, sección a la cual, se la denomina Limay Superior. Este tramo entre la naciente en el Lago Nahuel Huapi y la desembocadura en el río Traful constituye el Área Natural Protegida Río Limay Superior, área de estudio de la presente investigación. La misma consta de 50.000 hectáreas enmarcadas en siete zonas de uso recreativo. El Río Limay Superior posee fuerte atraktividad para los flujos turísticos nacionales e internacionales que practican la pesca deportiva. Ello se debe no solo a la calidad del recurso ictícola sino también a la existencia de una oferta de servicios básicos y complementarios que agrega valor a la actividad y facilita el desarrollo de experiencias de pesca en entornos con alto valor paisajístico.

En este marco surgen las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles son los requisitos reglamentarios de la actividad? ¿Cuál es su visión sobre los componentes del producto turístico? ¿Cuáles son los beneficios buscados por estos pescadores? ¿Cómo se compone la cadena comercial de la pesca deportiva en el área de estudio? ¿Cuáles son las fortalezas y limitantes del producto turístico pesca deportiva en el área bajo análisis?

A partir de estos interrogantes, la investigación tiene como finalidad caracterizar el producto turístico pesca deportiva desde la visión de los pescadores y prestadores turísticos que interactúan en el Área Natural Protegida Río Limay Superior. En particular, se propone: a) Establecer las preferencias del pescador deportivo que practica la actividad en el río Limay Superior; b) Conocer la mirada de los prestadores turísticos involucrados en la comercialización del producto bajo análisis; c) Caracterizar la oferta turística de

pesca deportiva en el área de estudio y d) Determinar las limitantes y fortalezas del producto turístico.

MARCO DE REFERENCIA

A partir de la década del '80, en un contexto a escala global marcado por cambios en los patrones de consumo y producción, así como por el surgimiento de nuevas tecnologías y la necesidad de mayores controles ambientales, el turismo cambia de una concepción estandarizada y de gran escala, a un nuevo modelo de turismo. En este sentido, el turismo alternativo se caracteriza, en términos generales, por un patrón espacial de baja densidad, desarrollo a pequeña escala, oferta turística gestionada por operadores locales y una demanda que valora la práctica de actividades en contacto con el entorno natural y la población local (Casillas Bueno; Moreno Menéndez y Oviedo García, 1995).

En la actualidad, a partir del desarrollo del turismo alternativo han surgido modalidades en respuesta a la diversidad de motivaciones de la demanda dando lugar a la identificación de nichos de mercado. En este sentido, la bibliografía académica consultada presenta diversas clasificaciones, no siempre coincidentes. A modo de ejemplo, Mowforth (1993) (citado en Morillo Moreno, 2010) y Casillas Bueno *et al.* (1995) especifican entre las principales modalidades: el Turismo Ecológico, Turismo Cultural, Turismo de Aventuras y Turismo Especializado. Por su parte, Acerenza (2001) (citado en Morillo Moreno, 2010) propone como modalidades el Turismo Especializado y Turismo de Afinidad. Dentro del Turismo de Afinidad, se incluyen el Turismo Aventura, Turismo Científico, Turismo de Salud, Turismo Deportivo, Turismo Religioso, entre otros.

En el marco del modelo turístico alternativo, además de estas clasificaciones, existen otras interpretaciones que consideran determinados hábitos de vida que tiene el turista en sus vacaciones. En este sentido, Melgosa Arcos (1999) sostiene que existen segmentos de demanda que buscan desarrollar actividades en forma activa, con un alto involucramiento físico, que requiere de habilidades para lograr una mejor experiencia. El Turismo Activo presenta durante las últimas décadas un crecimiento destacable posicionándose como una de las principales modalidades de turismo. En particular, entre las actividades de turismo activo que se practican en ambientes acuáticos, se encuentra la Pesca Deportiva como una submodalidad del Turismo de Deportes (Resolución N°853/2010, Ministerio de Desarrollo Territorial, Provincia del Neuquén, 2004).

El estudio de las modalidades de turismo y, en particular, de la pesca deportiva en un destino turístico requiere de un enfoque integrado. En este sentido, es importante la concepción del Turismo como sistema. Es decir, su abordaje como una red de actores, servicios, equipamiento e infraestructura, marcos normativos y de control que aseguren el desarrollo de modalidades de turismo a partir de las preferencias de la demanda turística. Esta concepción sistémica, permite entender que los elementos, funciones y componentes tienen una influencia recíproca afectando las experiencias en un destino turístico.

METODOLOGÍA

El enfoque de la presente investigación es cuali-cuantitativo, con una prevalencia del primero, en tanto se plantea un proceso de recolección, análisis y vinculación de los datos cualitativos y cuantitativos en un mismo estudio. En relación con el alcance es

exploratoria y descriptiva. Para la recolección de datos se utilizan fuentes primarias y secundarias. Con respecto a las primeras, en el año 2021 se realizan 100 encuestas en forma asincrónica a través de diferentes plataformas digitales a pescadores deportivos. También, se efectúan 7 entrevistas estructuradas (encuestas) tanto en forma sincrónica (por diferentes plataformas digitales) como en forma presencial- a guías y prestadores de servicios de pesca deportiva que operan en el área. De manera complementaria, se realizan 3 entrevistas semiestructuradas a informantes clave vinculados con la comercialización del producto; las mismas se realizan en forma presencial y/o vía telefónica. Por su parte, la recolección de datos secundarios consiste en la recopilación y análisis de bibliografía general y específica tales como artículos académicos, informes técnicos y artículos periodísticos. El cuestionario como instrumento metodológico cumple con los requisitos de validez general, predictiva y de confiabilidad.

La estructuración del cuestionario destinado a pescadores busca analizar la percepción de los mismos sobre la pesca deportiva en el Área Natural Protegida Río Limay Superior. Este concepto teórico se operacionaliza a través de 5 variables: Perfil general y comportamiento del pescador; Características de la pesca deportiva continental en el Limay Superior; Servicios e instalaciones requeridos por el pescador para la práctica de la actividad; Percepción de los pescadores respecto al destino turístico en estudio y Características de los destinos turísticos alternativos para la pesca deportiva. En cuanto al cuestionario que mide la percepción de guías y prestadores de servicios sobre la pesca deportiva continental del Área Natural Protegida Río Limay Superior, se compone a su vez de 5 variables. Estas son: Perfil del prestador turístico; Características de la pesca deportiva en el río Limay Superior; Características del servicio ofrecido para las operaciones de pesca en el río Limay Superior; Percepción de los guías y prestadores de servicios sobre el área de estudio y Características de los destinos turísticos alternativos para la pesca deportiva continental en el espacio turístico bajo estudio. Por último, en la fase de análisis se utiliza la tabulación de datos y construcción de gráficos pertinentes, aplicando el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Asimismo, se diseña material cartográfico del área para localizar las zonas del río de interés ictícola dentro del área natural protegida utilizando el visor de satélites SAS.Planet y el programa de diseño Corel Draw.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La construcción del marco de referencia y los datos relevados a partir de la aplicación del instrumento metodológico diseñado y su posterior análisis, permiten realizar un diagnóstico del producto turístico pesca deportiva en el área Natural Protegida Río Limay Superior a partir de sus componentes.

Es posible afirmar que la pesca como producto turístico en la zona del Parque Nacional Nahuel Huapi se encuentra en desarrollo ya que cuenta con gran cantidad de espacios de pesca, una demanda superior a 10.000 pescadores por temporada y una oferta de más de 60 guías habilitados. En algunas operaciones de pesca más de la mitad de sus turistas son internacionales. La actividad se desarrolla entre los meses de noviembre a mayo.

Este área presenta características geográficas diferenciales en relación con los demás espacios de la zona en tanto constituye un Paisaje Protegido. Posee buena conectividad tanto interna como externa con los principales centros urbanos del país. No obstante, las

características mencionadas, el estado de la infraestructura interna en cuanto a caminos y servicios básicos es deficiente en toda la superficie del área.

En términos de recurso turístico, el río Limay Superior posee jerarquía internacional dado que la presencia de especies ícticas de interés deportivo constituye una ventaja comparativa. Esto se fundamenta en la buena calidad del pique, los grandes trofeos, los entornos con alto valor paisajístico y la variedad de especies de interés deportivo.

En relación con los bienes, servicios y servicios auxiliares, la mayoría de los pescadores que arriban al área lo hacen sin la contratación de guías de pesca. Para el caso de las contrataciones de servicios, se incluye el alojamiento, la restauración, el traslado y el acompañamiento de guías profesionales de pesca durante las excursiones en el río. La pesca deportiva consiste en vadeos y flotadas, con una preferencia de la primera sobre la segunda, con o sin guías contratados.

En relación con la gestión del producto, es importante resaltar varios aspectos. En cuanto al recurso humano, la mayoría de los guías son cuentapropistas. Poseen profesionalismo en la prestación de los servicios. Con respecto a la contratación de proveedores, se observa una marcada tercerización de los servicios. En relación con las acciones de comunicación entre cliente y proveedores de servicio se realizan principalmente de manera telefónica, a través del boca en boca y por redes sociales. En cuanto a la seguridad de la actividad, la actividad presenta una accidentología baja.

En cuanto a la marca, la pesca deportiva es una de las actividades más tradicionales de turismo activo de la región Patagonia en tanto tiene una trayectoria estimada de más de 70 años. El precio del producto turístico consta en promedio entre USD 60 y USD 100 por día por pescador en estadías de 5 días. El mismo incluye alojamiento, alimentación, permisos de pesca y gastos de traslados.

En cuanto al perfil general del pescador deportivo del área de estudio, la mayoría posee más de 15 años de experiencia en la modalidad pesca con mosca. Estos viajan en grupos de 2 a 5 individuos compuestos por amigos y familiares con edades comprendidas entre 40 y 60 años. No suelen realizar actividades recreativas complementarias. La mayoría de los visitantes no contratan servicios de guías de pesca profesional. Existe una menor proporción de pescadores con residencia en otros países y residentes argentinos con alto poder adquisitivo que contratan guías de pesca profesional en todos sus viajes.

En cuanto a los destinos turísticos alternativos para la pesca deportiva, los mismos se pueden dividir en 2 grupos. Por una parte, aquellos destinos ubicados en la región Patagonia que poseen especies similares, tales como el río Limay Medio; zona de Río Pico, Esquel y Parque Nacional Los Alerces; río Chimehuín, Parque Nacional Lanín, zonas cercanas a Junín de los Andes y Río Santa Cruz. Por otra parte, aquellos destinos que no poseen especies ictícolas similares como el Paraná Superior, el Paraná Medio y los Esteros del Iberá. En cuanto a las ventajas de estos destinos se destacan en gran medida la cercanía y facilidad de acceso, un mayor nivel de confort y variedad en el alojamiento. Seguido por un mayor profesionalismo de los guías, mejor atención y servicio personalizado al cliente, así como mayor variedad en la gastronomía.

En síntesis, se puede determinar como fortalezas la existencia de un recurso de jerarquía internacional, accesos públicos y privados al mismo, facilidades para la creación y puesta

en marcha de empresas de pesca deportiva, desarrollada oferta de alojamiento y restauración en destinos turísticos cercanos al área de estudio, buena conectividad externa, una marca de pesca deportiva consolidada, óptimo nivel formativo de los guías y organismos específicos locales de control y regulación. Por otra parte, entre sus limitantes se encuentran, una deficiente conectividad interna, bajo grado de desarrollo de la infraestructura, equipamientos e instalaciones. A su vez, debido a la tendencia en aumento de la demanda, los actores entrevistados perciben la existencia de furtivismo de especies protegidas, creciente presión de pesca y aglomeraciones en el río con la consecuente degradación del ecosistema fluvial.

A modo de cierre, se concluye que el estudio de la pesca deportiva en el Área Natural Protegida Río Limay Superior como producto turístico, desde la visión de los principales actores sociales que intervienen en el proceso de producción, consumo y comercialización del producto-servicio resulta complejo y presenta dificultades en términos de acceso a las fuentes de datos. No obstante, dicha complejidad, se considera necesario lograr investigaciones sistematizadas sobre los patrones de comportamiento de los pescadores y las características que adquiere la prestación de los servicios turísticos (procesos, gestión de marca, calidad del servicio) a fin de lograr una gestión sostenible del destino turístico en general y del producto turístico analizado en particular.

BIBLIOGRAFÍA

- CASILLAS BUENO, J.C.; MORENO MENENDEZ A.M.; OVIEDO GARCÍA M.A. (1995). El Turismo Alternativo como un Sistema Integrado: Consideraciones sobre el Caso Andaluz. *Estudios Turísticos*, (125), Instituto de Estudios Turísticos, pp. 53-75. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2203406>
- MARTÍNEZ MEDIANO, C. (2004). "Técnicas e instrumentos de recogida y análisis de datos". Madrid: UNED.
- MELGOSA ARCOS, F. (1999). Turismo rural y turismo activo. *Estudios de Derecho y Gestión Ambiental*, (1), Universidad de Salamanca, pp. 477-502.
- MORILLO MORENO, M. C. (2010). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), Universidad de los Andes, pp. 135-158. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2014). Reporte Global de Turismo Aventura. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416622>
- RESOLUCIÓN PROVINCIAL N°853/2010; 13 de octubre de 2010. Reglamento de actividad de Turismo de Deportes. Neuquén, Argentina

Eje temático N°3: Turismo, Organizaciones y Servicios

RELACIÓN ENTRE LENGUA Y SERVICIO TURÍSTICO

Bagnoli María Alejandra, Bardach María, Palazzetti Virginia, Salvarezza Angela.

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario

INTRODUCCIÓN

Mediante el presente trabajo nos proponemos resaltar la importancia del conocimiento de la lengua portuguesa para los actores del sector turístico desde las perspectivas de los proveedores y consumidores. Para ello se torna necesario relevar las necesidades comunicativas del sector desde la óptica de considerar la lengua portuguesa variante brasileña como servicio turístico.

OBJETIVOS

Comparar el material de las disciplinas Portugués I y II usado en la carrera Lic.en Turismo con las necesidades que surjan de la encuesta.

Relevar los géneros discursivos más frecuentes en el área de turismo desde la perspectiva de los proveedores de turismo y desde la perspectiva de los consumidores de turismo.

Reconocer las estrategias utilizadas para la resolución de los problemas más frecuentes que surgen al momento de hacerse necesaria la comunicación entre argentinos y brasileños.

HIPÓTESIS

La hipótesis a demostrar mediante el desarrollo del presente trabajo es que a pesar del avance tecnológico y de las herramientas disponibles, el conocimiento de la lengua extranjera, portugués en este caso, es de importancia para el desarrollo de la industria turística local tanto para el sector proveedor como para el sector consumidor.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se utiliza un enfoque cualitativo-cuantitativo o mixto.

Conforme Hernández Sampieri et alii, el enfoque cuantitativo *"...usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías"*². En nuestro caso lo utilizaremos para analizar la información estadística relacionada con los géneros discursivos más utilizados o demandados en el sector de turismo. Por otra parte el enfoque cualitativo, *"...utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o*

² Hernández Sampieri, Fernández-Collado & Baptista Lucio, 2006: 5

afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación..."³ y se aplica en la realización de entrevistas a informantes clave.

A su vez es una investigación descriptiva porque se seleccionan determinadas cuestiones, se recolecta información y se describe la situación, es decir se basa en la observación de situaciones ya existentes sin realizar control sobre las variables o resultados.

MARCO TEÓRICO. CONCEPTOS

1.5.1 Recurso turístico

El turismo es una actividad socio-económica que utiliza los recursos turísticos naturales y los recursos turísticos culturales.

Se definen recursos turísticos naturales "*...todo elemento geomorfológico, biofísico, o la mezcla de ambos, cuyas características lo hagan susceptible de ser visitado por turistas*" mientras que los recursos turísticos culturales, comprenden: "*...todo elemento creado por el hombre que contenga atractivos capaces de interesar al visitante; estos atractivos pueden ser históricos o contemporáneos. Los históricos se refieren a todos aquellos que sean una manifestación de la cultura de otra época. Los contemporáneos son los recursos creados por el hombre en el momento actual con una finalidad preestablecida y dependen de su inventiva.*"⁴ .

1.5.2 La lengua como recurso cultural intangible

La lengua es herencia y tesoro de sus hablantes, a la vez que constituye el instrumento de mayor alcance para la preservación y el desarrollo del patrimonio cultural tangible e intangible.

En la Convención de 2003, la UNESCO, al definir el patrimonio cultural inmaterial, no menciona la "lengua" como tal pero sí habla de las "*prácticas, representaciones y expresiones, el conocimiento y las habilidades (...) que las comunidades, grupos y en algunos casos, individuos reconocen como parte de su patrimonio cultural*"⁵. Afirmo que el patrimonio cultural debe salvaguardarse y transmitirse, creando un sentimiento de identidad y continuidad en las comunidades.

En consecuencia, las lenguas se recrean constantemente, presuponen conocimientos y competencias, y los actos de discurso se pueden describir en términos de prácticas y expresiones lingüísticas. Por tanto, las lenguas son parte indivisa de la cultura e identidad de los grupos y los pueblos. Es decir, es un elemento fundamental de la identidad cultural de un grupo humano y es reflejo de su historia, creencias, cosmovisión y forma de entender el mundo.

³ Hernández Sampieri et al, 2006: 8

⁴ Silberman, 1970: 62

⁵ Smeets, 2004:159

CRONOGRAMA

TAREA	AÑO 2023	
	Abril/Mayo	Julio/Agosto
Selección y delimitación del tema	x	
Recopilación, selección y revisión bibliográfica	x	x
Puesta en marcha de la encuesta	x	
Análisis de datos		x
Redacción del informe final		x
Evaluación de aplicación		x

RESPONSABLES

El proyecto se desarrolla en el ámbito de la cátedra de las disciplinas Portugués I y Portugués II dictadas en el ámbito de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales (Profesoras María Alejandra Bagnoli, María Bardach, Virginia Palazzetti y Angela Salvarezza) de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

CONCLUSIONES

Para el ámbito de la didáctica de las lenguas extranjeras en la enseñanza superior resulta indispensable el estudio de los géneros textuales para la adquisición de una competencia textual y discursiva relacionada, en nuestro caso, al sector específico como el turístico.

Los datos obtenidos de la encuesta que llevaremos a cabo durante los meses de mayo y junio de 2023 nos permitirá reconocer y realizar una nueva propuesta de formación en portugués lengua extranjera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ-COLLADO, Carlos et al. Metodología de la Investigación. México: Editorial McGraw-Gill, 2006, 4º edición

Smeets, Rieks. La Lengua, Vehículo del Patrimonio Cultural Inmaterial. nesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135870_spa?posInSet=1&queryId=N-EXPLORE-e42d4e2d-3b90-4373-ad2d-727b9ab7f629

SILBERMAN, Ana. "Clasificación de recursos turísticos naturales". En: GUTIERREZ ROA, Roberto et al . Recursos naturales y turismo. Mexico: Limusa, 1970, 225 pp.

UNESCO. "Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial". Paris, 2003. <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>

UNESCO. "Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural. Paris, 1972. <http://whc.unesco.org/en/conventiontext/>

EJE TEMÁTICO 4

Turismo, Territorio y Patrimonio

— ■
XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023
■ —



Eje temático N°4: Turismo, Territorio y Patrimonio

TURISMO DE CRUCEROS EN USHUAIA Y SU INFLUENCIA EN EL ÁREA NATURAL PROTEGIDA PARQUE NACIONAL TIERRA DEL FUEGO COMO SITIO DE VISITA

Villegas M. Lucrecia.

CONICET/APN.

Cohen Carolina, Morgavi Mariana, Vereda Marisol.

Instituto de Desarrollo Económico e Innovación, Universidad Nacional de Tierra del Fuego

INTRODUCCIÓN

Ushuaia se posiciona como un destino de cruceros por excelencia gracias a las ventajas comparativas vinculadas a los factores de localización geográfica. A ello se le suman las ventajas competitivas que la caracterizan como el apoyo logístico, la calidad de servicios, la formación de recursos humanos y puesta en valor de recursos turísticos (Jensen y Vereda, 2016). En este contexto, se destaca cómo la movilidad de los flujos requiere de la materialidad de los lugares, es decir, de la concentración de recursos territoriales para el manejo de la dispersión y la movilidad. Para comprender mejor su significado, dos dimensiones deben abordarse con mayor profundidad, que actúan en forma conjunta y se reconocen como dependientes una de la otra, la espacial y la social. Caracterizar el turismo como práctica socio-espacial permite pensar un abordaje del espacio como totalidad, el espacio geográfico como objeto de preocupación (Cohen, 2020).

En este sentido, considerando ambos aspectos de la práctica turística, se destaca el estudio de comportamiento de los visitantes, ya que conforma un área de gran interés académico, que ha sido abordado desde diferentes perspectivas. Identificar y caracterizar el comportamiento espacial y temporal de los turistas es relevante porque determina la forma de consumo de los espacios, en especial las formas de consumo de los destinos por parte de los cruceristas. Tener en cuenta las pautas de interacción y vinculación entre el crucerista con el destino y el territorio permite optimizar la planificación y gestión turística (Vereda y Borla, 2018; Vereda, et al., 2010).

Particularmente, atendiendo a la actividad turística de cruceros en Ushuaia, el Parque Nacional Tierra del Fuego (PNTDF) se constituye como uno de los sitios de visita principales que forma parte de la oferta turística local y, especialmente, para los visitantes de cruceros, ya que se establece como un área protegida de importante valor natural y paisajístico en cercanías a la ciudad, pudiendo adaptar su itinerario y duración según el tipo de servicio a brindar.

A partir de los aspectos mencionados surge como interrogante, ¿cómo influye el arribo de cruceros en la dinámica espacial del Parque Nacional Tierra del Fuego, como uno de los principales sitios de visita del destino? Para dar cumplimiento a la pregunta de investigación, se establece como objetivo principal analizar el comportamiento espacial del turismo en el Parque Nacional Tierra del Fuego, durante la temporada de cruceros 2022-2023.

El trabajo se inserta en el proyecto de investigación PIDUNTDF-B 2021 denominado “Análisis espacial del comportamiento del turismo de cruceros en el puerto y el *hinterland*

de Ushuaia” a partir del mismo se espera profundizar sobre la activación de la atraktividad turística. Para ello los factores espaciales y sociales se posicionan como elementos claves en el análisis de los sitios de visita. Debido a la importancia que posee el PNTDF para la oferta turística de cruceros, se ha establecido como una de las áreas de interés para ser estudiada.

BREVE DESCRIPCIÓN DE ÁREA DE ESTUDIO

Ushuaia, comenzó a desarrollarse como destino de cruceros a principios del siglo XX, con la oferta de viajes a través de los canales fueguinos. Con el tiempo, la localidad y sus alrededores se fueron posicionando como un destino único, para dar respuesta a dos tipos de cruceros; los antárticos adquiriendo el carácter de puerta de entrada marítima más activa a la Antártida y los no antárticos o pendulares para actuar como un puerto de escala de un viaje más largo por Sudamérica.

Este segmento de la actividad turística ha ido incrementando diversos espacios geográficos de visita de acuerdo a las características de las compañías y a los perfiles de la demanda. En este marco, el PNTDF se posicionó como uno de los sitios de visita más concurridos y elegidos por este segmento, donde se desarrollan diversas actividades turísticas y recreativas, por una gran cantidad de visitantes. El Plan de Gestión (APN, 2019) enfatiza que esta concentración de visitantes se ve afectada por la oferta de excursiones que se ofrecen a los pasajeros de los grandes cruceros convencionales y los cruceros antárticos. Para el presente estudio, se seleccionaron dos sitios de visita ubicados en el área de uso público: el sector de Bahía Lapataia, ubicado al final de la Ruta Nacional N° 3 ya que es el sector más visitado del PNTDF; y el sector de Ensenada Zaratiegui, que se trata de una pequeña ensenada sobre la costa marina, a la cual se accede desde la Ruta Nacional N° 3.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El turismo de cruceros ha experimentado un dinámico y persistente crecimiento incluso a pesar de la crisis atravesada en el 2008 (Syriopoulos et al., 2022) y la reciente pandemia consecuencia del virus por COVID-19. De forma sostenida se han ido incrementando los espacios geográficos de visita según las características de las compañías y los perfiles de la demanda. Ushuaia, se posiciona como uno de los destinos consolidados siendo un claro exponente de la cadena de logística de producción, de transporte y de distribución que se requiere para responder a la demanda de cruceros (Cohen y Vereda, 2020).

En concordancia con lo que plantean diversos autores (Syriopoulos et al., 2022; Smirnov et al., 2022 y otros) se entiende por turismo de cruceros a un segmento de la actividad turística cuya principal característica consiste en una forma de viajar con fines de ocio de tipo *all inclusive*, cuya particularidad radica en que todo el viaje se realiza a bordo de un crucero que proporciona transporte, alojamiento y entretenimiento.

Como plantean González et al. (2022), los servicios que ofrecen los cruceros están compuestos por dos aspectos: los servicios a bordo y los servicios en tierra. Poniendo el foco en los servicios en tierra, dos componentes territoriales se posicionan como fundamentales: el puerto y el *hinterland*. En este caso, el trabajo se centra directamente en el *hinterland*, el mismo corresponde al área de influencia de un puerto.

Entre los sitios de visita que despiertan mayor interés las áreas naturales se posicionan entre las más demandadas. Esto hace necesario obtener información sobre el comportamiento espacial y temporal de los turistas porque permite aproximarse a una visión de la situación actual de los destinos, de sus atractivos y sus formas de uso, y de

esta forma mejorar su gestión y planificación, como así también la calidad de su experiencia. Este tipo de comportamiento se aproxima a partir de sus patrones de movimiento físico y estrategias de consumo del entorno en el que se encuentran (Xiao-Ting y Bi-Hu, 2012).

El estudio del comportamiento turístico conforma un campo de gran interés académico, por lo que es aproximado desde diferentes enfoques, y, en este caso, resulta un concepto relevante porque permite analizar la movilidad espacial y temporal de los visitantes de cruceros, considerando cuál es su vinculación con el sitio de visita que conforma el PNTDF. De esta forma, se pueden observar tensiones y conflictos de la combinación de actividades, considerando qué zonas son más utilizadas, qué actividades realizan, cómo se vinculan con el área, permitiendo a largo plazo mejorar las estrategias de visita en el área natural protegida (Borrini-Feyerabend et al., 2014).

METODOLOGÍA

Considerando el objetivo planteado, se estableció una metodología basada en la aplicación de la técnica de la observación directa no participante. Esta técnica permite establecer un acercamiento directo con el hecho a estudiar, estableciendo una forma sistematizada y lógica para el registro visual (Campos y Covarrubias, Lule Martinez, 2012).

Dentro del PNTDF se seleccionaron dos sitios de visita: Bahía Lapataia y Ensenada Zaratiegui, al establecerse como los lugares con mayor tránsito, convergencia y mayor afluencia de visitantes y actividades.

Para llevar a cabo el relevamiento se estableció un rango horario considerando el periodo de tiempo en donde convergen las diversas actividades que se desarrollan en el PNTDF. Se buscó registrar la combinación de las actividades con la presencia de excursiones de cruceristas, por lo que se estableció un rango de observación desde las 10 hs hasta las 13 hs, ya que el Plan de Gestión del PNTDF establece que las mayores concentraciones de visitantes y vehículos se producen por la mañana. En este sentido se determinaron como días de observación los días en donde había 3 o más buques en puerto para la temporada estival 2022-2023.

Se confeccionó una planilla para la observación, a partir de los aspectos destacados a analizar, la cual incluyó las siguientes variables:

Buques en muelle/rada	Vehículos	Sitios de visita	Uso del espacio
Se estableció la cantidad de buques en muelle y/o rada para al momento de relevamiento. Se diferenciaron en Antárticos y de Gran porte.	Se planteó un rango en escala de likert de tres valores diferenciándose en bajo de 1 a 5; medio: 6-15 y alto: 16 en adelante. Los mismos fueron además diferenciados en: Buses (hasta 40 personas), Grandes (hasta 20 personas), Medianos (hasta 10 personas), Chicos (hasta 5 personas y 4x4), Alquiler sin chofer, Remis/Taxi, Campers, Moto, Particular, Bicicletas.	Se contabilizó la cantidad de personas durante el rango horario. Se planteó un rango en escala de likert de cinco valores diferenciándose en: muy bajo entre 1 a 40 personas; bajo de 41 a 80 personas y medio de 81 a 120 personas; alto 121 a 180 personas; muy alto de 181 en adelante	Se consignan cuestiones relacionadas a la interacción con el espacio.

Una vez realizada la recolección de datos se volcó la planilla a un archivo excel para luego ser operacionalizada y posteriormente analizada mediante el software estadístico SPSS 18.

RESULTADOS PRELIMINARES

Los primeros resultados centran la atención en el flujo de cruceros. A pesar de haber tomado en consideración como día de relevamiento aquellos en donde se encuentren tres o más buques en muelle o en rada se observa que, el mayor porcentaje corresponde a buques antárticos (Figura 1). Esto condice con el movimiento de buques que caracteriza a este segmento en el destino donde los buques antárticos tienen un marcado protagonismo en la actividad.

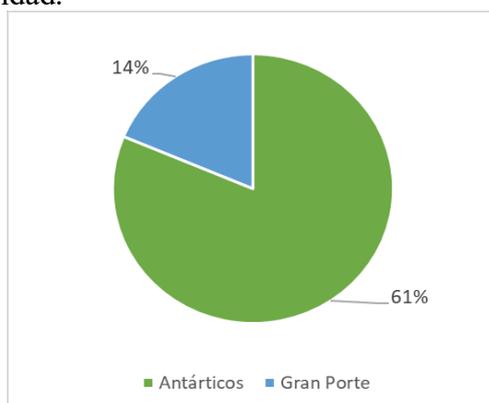
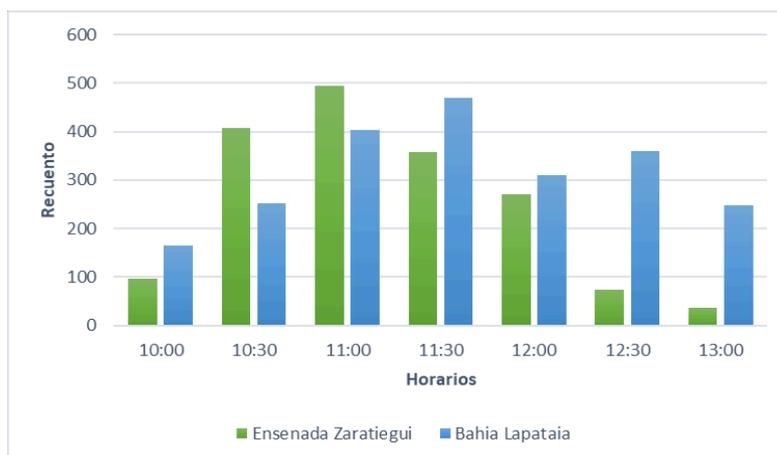


Figura 1 Cantidad de buques. Fuente: elaboración propia.

A partir de estos resultados, que se vinculan con la congestión del área protegida, se destaca que son los buques de gran porte los que mayor influencia ejercen en el mismo. La cantidad de pasajeros que se movilizan genera el uso de vehículos de gran tamaño, para responder a los requerimientos de las excursiones por parte de las navieras. Esta situación puede observarse en el recuento total por temporada. En el caso de los buses y vehículos grandes y medianos es mayor el número de personas que transportan lo que corresponde a un mayor número de visitantes por área de visita.

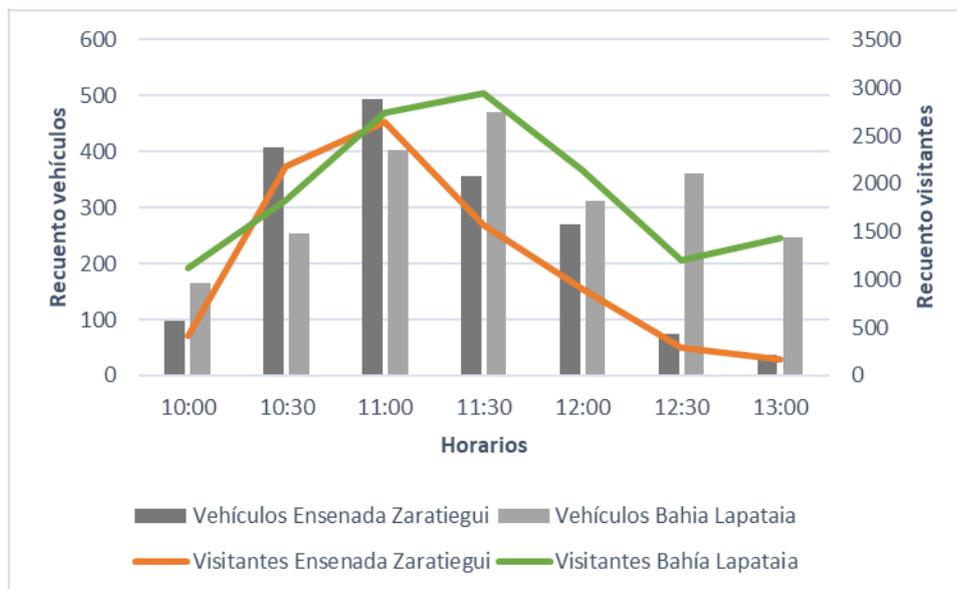
Otro de los factores analizados corresponde al rango horario. En él se observa que la congestión se ve influenciada además por la confluencia de las diferentes actividades que se desarrollan en el PNTDF. En este sentido, entre las 10 y 12 hs ambos sectores reflejan la mayor concentración (Figura 2). Para el caso de Bahía Lapataia el flujo de todo tipo de vehículos se mantiene constante a lo largo del periodo de observación, coincidiendo con la dinámica espacial de este sitio de visita como principal atractivo del área protegida.



La cantidad de vehículos se vincula directamente con el número de visitantes que recorren el PNTDF. En este sentido, se observan fluctuaciones en el uso del espacio teniendo en cuenta todas las actividades que suceden en el parque en combinación con el tiempo de permanencia de los cruceristas.

En Bahía Lapataia, junto con su carácter de principal atractivo se le suma ser un sector de tránsito, donde la presencia de pasarelas orienta la visita, pero son un limitante en relación al tiempo de permanencia. Esto implica una rápida saturación de su recorrido y, por lo tanto, una mayor constancia e intercambio en el flujo de visitantes, con un menor tiempo de permanencia (entre 15 y 20 minutos). Por su parte, Ensenada Zaratiegui se caracteriza como un área de permanencia gracias a la mayor presencia de infraestructura y a las particularidades geográficas, contando con un espacio más amplio para la fotografía y el

descanso. Esto implica un periodo de tiempo en el sitio más largo (entre 20 a 40 minutos) lo que influye en el flujo de visitantes al no contar con un recambio con la misma dinámica que el sitio de visita Bahía Lapataia. Estas situaciones se ven claramente reflejadas en la Figura 3.



Por último, se analizó cómo se relacionan los visitantes con los sitios de visita. A partir de la observación y, teniendo en cuenta las características previamente desarrolladas, se observa la recurrencia de determinados comportamientos vinculados con el paisaje. Contemplación, fotografías, observación de fauna y flora local se ubican entre los más destacados. En el caso de Ensenada al tener la disponibilidad de un área de bancos permite un mayor tiempo de descanso y actividades como alimentación y tiempo de espera. Además, la disposición del estacionamiento conlleva un mayor desorden en relación a la clara diferenciación entre los sectores para vehículos y para visitantes, no visualizándose esta situación para el caso de Bahía Lapataia.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir del análisis realizado se pudieron arribar las siguientes conclusiones preliminares. En relación al rol de los buques, se reconoce el peso que tienen los de gran porte en el nivel de uso y, por lo tanto, de congestión del espacio. Especialmente vinculado al número de visitantes que ingresan al PNTDF. A ello, se le suma la dinámica de la estructura horaria y espacial de las excursiones regulares y de cruceros, con una marcada tendencia. La congestión se vincula, además, a los vehículos y visitantes. En ella se observó cómo ejercen influencia los buses por el gran número de personas que se movilizan en relación a los otros tipos de vehículos. Además, la disposición espacial de los sitios de visita conlleva a que la distribución de visitantes se concentre de forma diferente en Bahía Lapataia y en Ensenada Zaratiegui como los atractivos turísticos seleccionados.

Por último, teniendo en cuenta el PNTDF como un área natural protegida la vinculación con el espacio y su paisaje se da a partir de su aprovechamiento para establecer un mayor contacto con el entorno natural, donde la fotografía y contemplación se posicionan como los principales comportamientos.

A partir de lo expuesto se reafirma que esta área protegida corresponde a un atractivo de jerarquía para el turismo de cruceros y por lo tanto influye directamente en su dinámica y en su nivel de congestión. En este sentido, es fundamental pensar y proponer acciones que se destinen a la planificación y gestión para contribuir a la articulación de las diversas actividades turísticas-recreativas que desarrolla.

BIBLIOGRAFÍA

- Administración de Parques Nacionales (2019) Plan de Gestión Parque Nacional Tierra del Fuego 2021-2030.
- Borrini-Feyerabend, G., Dudley, N., Jaeger, T., Lassen, B., Pathak Broome, N., Philips, A. y Sandwith, T. (2014). *Gobernanza de Áreas Protegidas*. Recuperado de www.iucn.org/pa_guidelines.
- Campos, G. y Covarrubias, N. E. (2012) La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai VII (13)*, 45-60.
- Cohen, C. (2020). *Competitividad de Ushuaia, Puerto Deseado y Camarones como ciudades-puerto de turismo de cruceros. Posibilidades para el desarrollo territorial*. (Tesis Doctoral). Universidad Nacional del Sur.
- Cohen, C. y Vereda, M. (2020). La construcción de significados de un destino turístico a partir de la experiencia de los visitantes de crucero. El caso de Ushuaia. *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, (27), 049. DOI: <https://doi.org/10.37.838/unicen/est.27-049>
- González, E. N. A., Anaya, Y. N. D., y Montenegro, E. I. (2022). Impacto económico en el turismo de cruceros en la actualidad. *Revista Plus Economía*, 10(2), 40–48.
- Jensen, M. y Vereda, M. (2016). *La competitividad de Ushuaia como puerta de entrada marítima del turismo antártico. Posibilidades para el desarrollo local a partir de la 286 especialización del destino* (Proyecto de investigación PIDUNTDF A 06/2016). Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.
- Smirnov, A., Smolokurov, E., Timofeeva, E., y Krovsh, S. (2022). Features of Development of Sea Cruise Tourism. *Transportation Research Procedia*, 61, 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2022.01.024>

- Syriopoulos, T., Tsatsaronis, M., y Gorila, M. (2022). The global cruise industry: Financial performance evaluation. *Transportation Business and Management*, 45(PB), 100558. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100558>
- Vereda, M. y Borla, M. L. (2018). Developing a spatial pattern analysis method for evaluating trails in the mountains. The Case of Beban Pass in Tierra del Fuego, Argentina. En *The Routledge International Handbook of Walking: Leisure, Travel and Well-being* (pp. 379–389). Recuperado de <https://www.routledge.com/The-Routledge-International-Handbook-of-Walking/Hall-RamShoval/p/book/9781138195349>.
- Vereda, M., Cárdenas, S., Borla, M. L., Galdames, M. y Gigli, S. M. (2010). Un estudio del comportamiento de visitantes en un sendero de montaña en Tierra del Fuego, Argentina. *Actas IV Congreso Latinoamericano de Investigación Turística*. Montevideo: Universidad de la República de Uruguay.
- Xiao-Ting, H. y Bi-Hu, W. (2012). Intra-attraction Tourist Spatial-Temporal Behavior Patterns. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, Vol. 14(4), 625–645. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.647322>

Eje temático N°4: Turismo, Territorio y Patrimonio

ATRIBUTOS VALORADOS EN LOS ESPACIOS TURÍSTICOS RECREATIVOS DE MIRAMAR

Maffioni Julieta, Faginas Valeria, López María José, Bertoni Marcela, Manetta Matías.
Grupo Economía Ecológica, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata

Palabras Claves: espacios turísticos-recreativos; atributos estéticos, funcionales y ambientales; preferencias declaradas; Miramar.

INTRODUCCIÓN

En los destinos turísticos litorales, los espacios como las playas y los espacios verdes constituyen los recursos convocantes y soporte de las actividades turísticas recreativas. Además, brindan servicios ecosistémicos que resultan indispensables para el bienestar humano. Por ello, en el contexto actual, cobran protagonismo en los procesos de renovación en pos de la competitividad y sustentabilidad de los destinos.

Miramar es la ciudad cabecera del municipio de General Alvarado y se encuentra ubicada sobre el espacio litoral de la provincia de Buenos Aires. El turismo es la actividad económica principal y la modalidad de sol y playa representa el medio de vida tradicional, aunque existen otras alternativas incipientes como el turismo de naturaleza, de reuniones y el turismo rural.

La singularidad del destino radica en sus extensas playas que se ubican a lo largo de 20 km de costa y que se combinan con dos grandes espacios verdes (Parque de los Patricios y Bosque Vivero Dunícola Florentino Ameghino, que abarcan 506 ha en total) que resultan en los atractivos principales para el turismo y la recreación.

En este marco, el presente trabajo se propone estudiar las preferencias declaradas de los usuarios de los espacios turísticos-recreativos de Miramar. Comprender las preferencias sobre las cualidades de estos espacios contribuye a la toma de decisiones más apropiadas para su manejo y más viables social, técnica y políticamente, lo que posibilita su sostenibilidad en el largo plazo.

Los resultados obtenidos se enmarcan en el proyecto vigente “La valoración socioeconómica de los servicios ecosistémicos del espacio turístico de Miramar (Buenos Aires) y su contribución a la gestión ambiental”. La información generada será de utilidad en el diseño de herramientas de gestión, a partir del establecimiento y la recomendación de pautas de uso sustentable y ordenamiento territorial local y ambiental turístico.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

En los destinos litorales, la playa se constituye como el recurso convocante y principal motivador del desplazamiento de turistas. Además, en algunos casos, la presencia de espacios verdes complementa y diversifica la oferta, dotando de singularidad al destino a partir de sus características diferenciales.

El contexto turístico actual se encuentra marcado por la aparición de nuevos competidores con importantes ventajas comparativas y competitivas, la consolidación de la sustentabilidad como paradigma imperante, el auge de la escala local-global y la irrupción de una demanda turística más exigente e informada (Santos Pavón y Fernández Tabales, 2010). Particularmente, estos turistas asignan nuevos significados y valores al ambiente, que se traducen en una búsqueda de experiencias en entornos naturales y limpios. Entonces, la presencia de espacios naturales con una calidad ambiental diferenciada resulta un elemento central para que los destinos mantengan su posición competitiva en el mercado y, a su vez, sean más sustentables.

Los espacios verdes y la playa brindan una serie de beneficios directos o indirectos a las sociedades, que se obtienen de los ecosistemas y que influyen en el bienestar de las personas; son conocidos como servicios ecosistémicos (Evaluación de los Ecosistemas del Milenio, 2005). Ejemplo de estos servicios son la recreación y el turismo y los valores estéticos del paisaje. El primero es posible gracias a ciertas condiciones y características del ecosistema que la sociedad valora y elige para pasar parte de su tiempo (Merlotto y Verón, 2019) y de su potencial para la realización de prácticas voluntarias orientadas al descanso, el entretenimiento y/o el encuentro social, y el desarrollo personal y colectivo (Dumazedier, 1971; Cuenca, 2004). El segundo cobra sentido por la apreciación y el disfrute estético de entornos naturales con calidad ambiental y paisajística (Santos Pavón *et al.*, 2016).

Por lo cual, entendiendo que el espacio es el que habilita la experiencia y donde se concreta la vivencia recreativa, es necesario considerar dimensiones vinculadas a la experiencia emocional del paisaje (Zube, Sell y Taylor 1982) y estudiar el comportamiento, percepción y satisfacción de los usuarios (Rivera Mateos, 2015).

En el marco de la calidad ambiental, los espacios turísticos recreativos tienen un valor ecológico, económico y social, que debe ser medido integralmente (Valencia *et al.*, 2017) desde las dimensiones ecológicas, económicas, sociales y políticas de la sustentabilidad. Específicamente, desde la dimensión social, para Knights *et al.* (2013) los valores asignados pueden ser generales y categóricos (conocidos como valor de dicto), pero tienen un componente específico y particular, asociado a valores sentimentales e identitarios (conocidos como valor de re); es decir, que además del componente objetivo hay un valor completamente subjetivo e intransferible que las personas encuentran en los ecosistemas.

Por lo tanto, resulta necesario abordar al espacio turístico recreativo desde la perspectiva experiencial, vinculada a su uso como espacio de ocio y que posibilita la práctica recreativa; desde la perspectiva estética, por sus cualidades atractivas de paisaje que motivan el desplazamiento, y desde la perspectiva ecológica, por sus condiciones asociadas a la calidad ambiental del espacio natural.

METODOLOGÍA

La estrategia metodológica consistió en la determinación de atributos asociados a los aspectos estético, ecológico y experiencial del paisaje, identificando las propiedades, características y cualidades referidas al servicio ecosistémico que se pretende valorar. Para ello, se elaboró una lista de atributos esenciales relativa a condiciones físicas u observables del paisaje y su uso turístico recreativo:

- Integridad del paisaje, vinculado a su calidad estética, abordado a través de la modificación del paisaje.

- Deterioro ambiental, asociado a la calidad ambiental, y operativizado por medio de la contaminación ambiental (sonora, visual y presencia de basura).
- Funcionalización turística, relacionado con la oportunidad recreativa, y medido por la disponibilidad de servicios básicos y turísticos.

Los atributos fueron sistematizados en una encuesta para realizar el análisis de los espacios turísticos recreativos de Miramar, con la finalidad de reconocer las cualidades dominantes del paisaje a partir las preferencias de los usuarios. En este sentido, para cada atributo se determinaron niveles dicotómicos (Tabla 1), los cuales fueron combinados para crear las distintas alternativas de elección de escenarios, utilizando el método Choice Modeling⁶, que es muy empleado en el análisis de preferencias (Ceccantoni *et al.*, 2018).

La eficacia de la estrategia metodológica propuesta resulta útil porque permite el estudio del paisaje en sus tres facetas, desplegadas en atributos concretos y definidos.

Tabla 1: Dimensiones, atributos y niveles de análisis de las preferencias

Dimensión	Atributo	Niveles
Calidad estética del paisaje	Integridad del paisaje	1. Más modificado por el hombre 2. Menos modificado por el hombre
Calidad ambiental	Deterioro ambiental (contaminación sonora, visual y presencia de basura)	1. Priorizo lugares poco contaminados 2. No priorizo lugares poco contaminados
Oportunidad recreativa	Funcionalización turística	1. Mayor disponibilidad de servicios básicos y recreativos 2. Menor disponibilidad de servicios básicos y recreativos

Fuente: elaboración propia

En total se realizaron 469 encuestas a los usuarios de los espacios. Se recopilieron 267 de residentes, durante la pretemporada. La muestra se definió con representatividad demográfica, respetando cuotas de sexo y edad establecidas en el último Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda disponible. Y se relevaron 202 de turistas, durante la temporada estival 2022-2023, respetando las cuotas de perfiles turísticos y sociodemográficos, conforme datos de la Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte del Municipio de General Alvarado.

⁶ Experimento de preferencias declaradas (*stated preferences*). Los participantes deben elegir una de las alternativas dentro de cada bloque, conformada por combinaciones de los niveles de los atributos seleccionados.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En Miramar, la singularidad como destino radica en que conviven espacios verdes y playas como principales atractivos. Estos espacios tienen una función recreativa predominante en donde cobra sentido la oportunidad recreativa de los usuarios, la calidad estética del paisaje y la calidad ambiental, que hacen a su atractivo.

A partir del relevamiento realizado, para conocer las preferencias de los usuarios de los espacios turísticos recreativos, se constató que, en primer lugar, el ítem más elegido tanto por turistas como por residentes es la poca contaminación del espacio, referida a la *calidad ambiental*. En segundo lugar, los turistas seleccionan la opción de mayor disponibilidad de servicios, vinculada con la *oportunidad recreativa*; en cambio, los residentes priorizan las alternativas con menor modificación por parte del hombre, asociadas con la *calidad estética del paisaje*.

Los espacios turísticos recreativos son resultado e imagen de la calidad ambiental del destino y, por tanto, representan un recurso sumamente estratégico de la actividad turística como factor de singularidad y competitividad.

En la actualidad, es un requisito ineludible que estos espacios sean manejados adecuadamente y gestionados sustentablemente. Para ello, es necesario contar con información sobre las preferencias de los atributos de los espacios públicos recreativos, lo cual permite entender qué cualidades son las más significativas en la experiencia de los usuarios. Esto posibilita orientar la toma de decisiones para conservar sus características valoradas, y por consiguiente, su atractivo a largo plazo.

BIBLIOGRAFÍA

- Cuenca, M. (2004). *Pedagogía del Ocio: modelos y propuestas*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Dumazedier, J. (1971). *Ocio y sociedad de clases*. Barcelona: Fontanella.
- Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (2005). *Los ecosistemas y el bienestar humano: Informe de Síntesis*. Washington, DC: Island Press.
- Knights, P., Admiraal, J., Wossink, A., Banerjee, P., O'Neill, J., & Scott, M. (2013). Economic Environmental Valuation: An Analysis of Limitations and Alternatives. *BIOMOT report*, 1(1).
- Merlotto, A., y Verón, E. M. (2019). Evaluación de los servicios culturales de recreación y turismo del ecosistema playa en la ciudad de Mar del Plata, Argentina. *Revista Universitaria de Geografía*, 28(2), 35-56.
- Rivera Mateos, M. R. (2015). Turismo experiencial y gestión estratégica de recursos patrimoniales: un estudio exploratorio de percepción de productos turísticos en las Sierras Subbéticas cordobesas (Andalucía). *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 19.
- Santos Pavón, E. L. y Fernández Tabales, A. (2010). El litoral turístico español en la encrucijada: entre la renovación y el continuismo. *Cuadernos de turismo*, (25), 185-206.

Santos-Pavón, E., Fernández-Tabales, A., y Muñoz-Yules, O. (2016). La incorporación del paisaje a la planificación turística. Análisis de la estrategia de turismo sostenible de Andalucía. *Cuadernos de turismo*, (37), 175-202.

Valencia, J., Rodríguez, J. M., Mendoza, J. J. A., y Castaño, J. M. (2017). Valoración de los servicios ecosistémicos de investigación y educación como insumo para la toma de decisiones desde la perspectiva de la gestión del riesgo y el cambio climático. *Revista Luna Azul*, (45), 11-41

Zube, E. H., Sell, J. L., & Taylor, J. G. (1982). Landscape perception: research, application and theory. *Landscape planning*, 9(1), 1-33

Eje temático N°4: Turismo, Territorio y Patrimonio

PLANIFICACIÓN DEL PAISAJE Y GESTIÓN DEL TERRITORIO Y EN EL EJE DEL RÍO SALADO. ESTRATEGIAS PROPOSITIVAS Y APORTES AL TURISMO EN ALBERTI, ROQUE PÉREZ Y 25 DE MAYO, PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Aversa María.

Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires

INTRODUCCIÓN

El río Salado, es el principal río de la provincia de Buenos Aires, con una longitud aproximada de 700 km (con influencia sobre 50 partidos) y una cuenca de 140.000 km², aproximadamente el 13% de la superficie de la provincia (Neschuk, 2001). Esta condición natural interactúa en la configuración del medio físico antrópico y aporta beneficios ecosistémicos, aunque también impactos negativos, entre ellos las inundaciones extremas por crecidas y desbordes en sectores de la cuenca, afectando la productividad de los campos, los asentamientos humanos y las infraestructuras disponibles.

El control de inundaciones en la cuenca del Salado es una política pública provincial que lleva varias décadas de planificación y gestión de los recursos hídricos en la provincia de Buenos Aires. En este marco, el trabajo que se presenta es resultado de tres investigaciones que parten de la vinculación con los municipios de Alberti, Roque Pérez y 25 de Mayo, solicitantes de asistencias técnicas para generar propuestas de actividades y equipamientos en el espacio público vinculado al borde ribereño como parte de las obras complementarias del dragado del río.

Estos trabajos articulan la investigación científica, aplicada al campo de la planificación territorial, y las demandas municipales para gestionar el ordenamiento territorial. El objetivo del trabajo reside en presentar una síntesis de las estrategias que se abordaron en la configuración del espacio público rural-ribereño de los partidos de Alberti, Roque Pérez y 25 de Mayo a través de lineamientos y anteproyectos de paisaje para el ordenamiento territorial y ambiental.

El alcance de las asistencias técnicas considera al río Salado como denominador común en la estructuración de los tres partidos, incorporando el reconocimiento territorial a través de diagnósticos y valoración e instancias propositivas a través de lineamientos y proyectos de paisaje con equipamientos, contribuyendo a la puesta en valor del patrimonio cultural, la promoción de las agendas turísticas y el desarrollo local sostenible.

La vinculación de la investigación científica y la gestión inter-institucional del ámbito público, definida en una asistencia técnica que promueve diferentes dispositivos científico-técnicos para el ordenamiento territorial en diversas escalas de intervención, aporta al fortalecimiento de las capacidades estatales municipales para la toma de

decisiones frente a una selección de problemas, dinámicas y procesos sociales con impacto en la intervención y gestión del territorio.

MARCO TEORICO-CONCEPTUAL

El trabajo expone una serie de herramientas teórico metodológicas para consolidar diversas estrategias propositivas (ideas-lineamiento y anteproyectos) que toman el río Salado como recurso natural y eje estructurador del territorio, cuyo fin último reside en integrarlo desde las dimensiones: físico-espacial, socio-cultural y paisajístico-ambiental a escala urbana, rural y territorial en los partidos mencionados. Este enfoque territorial se basa en la definición de una estrategia de desarrollo a partir de las realidades, puntos fuertes y débiles que presenta el territorio. Es un enfoque integrador de recursos humanos, técnicos y endógenos que considera al territorio como una interrelación multidimensional, multiactoral, multiescalar y multisectorial (INTA, 2007).

El enfoque territorial supone el abandono de las actitudes pasivas (dependientes de las subvenciones o ayudas externas) ya que se basa en la convicción del esfuerzo y decisión para establecer y concertar localmente la estrategia de desarrollo a seguir (INTA, 2007). En palabras de Albuquerque (2002:17) "el enfoque territorial permite, pues, dar a cada situación concreta un tratamiento adecuado según sus recursos, circunstancias y capacidades potenciales de desarrollo".

Se trata, de reducir la visión sesgada y sectorial para impulsar mecanismos de cooperación y coordinación interinstitucional en una estrategia de desarrollo que excede el alcance de las propuestas realizadas. En este sentido, el instrumento común de las tres asistencias encuentra en el proyecto de paisaje la oportunidad para integrar diferentes dimensiones de análisis en general y el abordaje específico para cada caso a trabajar en particular.

En el marco de la planificación, las propuestas de intervención territorial a través del proyecto de paisaje, representan una oportunidad para considerarlo como recurso para el ordenamiento territorial de áreas con cierta fragilidad ecológica-ambiental. El proyecto de paisaje es un instrumento para el ordenamiento territorial en tanto ofrece una forma de lectura del mismo, incorporando la dimensión material e inmaterial de la naturaleza y la cultura en la construcción de significados (Berque, 2006).

Como tal, se constituye una herramienta para articular paisaje, ambiente y territorio como síntesis propositiva; igualmente, representa un instrumento para la gestión en un proceso de intervención integral que, conjuntamente, con otros instrumentos sienta las bases para el ordenamiento territorial urbano-rural local. Tiene la ambición de "crear pertenencias sociales locales, identificaciones a lugares de hábitat y de valorizar las sociedades y sus productos" (Donadieu, 2006:131). El proyecto de paisaje se consolida en una estrategia de aproximación para el accionar del complejo contexto socio-territorial y ambiental en constante transformación.

Frente a esas transformaciones inevitables se procura prevenir los acontecimientos utilizando el paisaje como herramienta de conocimiento y acción para las actividades culturales en el territorio, las pasadas que generan la memoria e identidad y las actuales que anticipan los escenarios posibles o deseables para los cuales se busca intervenir. En palabras de Santos (2000:86-87) "el paisaje existe a través de sus formas, creadas en momentos históricos diferentes, aunque coexistiendo en el momento actual [...] una

especie de palimpsesto donde, mediante acumulaciones y sustituciones, la acción de las diferentes generaciones se superpone”.

Cada uno de los recortes territoriales abordados (localidades y sitios específicos) mantienen características comunes, pero, al mismo tiempo, las singularidades intrínsecas a la memoria de la comunidad y cultura local. Esta condición ha sido una premisa central para los tres convenios que se puede sintetizar en tres metas: i) considerar y respetar la dinámica hídrica, ii) resguardar la identidad rural y minimizar los niveles de antropización, iii) establecer los acuerdos necesarios con los actores municipales para la concreción de las propuestas.

El alcance de estas instancias de trabajo formaliza propuestas en términos de ideas sin definición de los proyectos ejecutivos para concretar y financiar las obras; no obstante, establece parámetros de lenguaje material, sistemas constructivos, indicadores normativos y recomendaciones para la gestión del suelo, de manera que coopere a las capacidades técnicas municipales en la articulación del ordenamiento territorial, la promoción del turismo, la revalorización del patrimonio cultural y la preservación ambiental consolidando una agenda de políticas municipales a mediano y largo plazo.

METODOLOGÍA

En línea con lo expresado precedentemente, se puede esgrimir un objetivo común a los convenios celebrados, en momentos y plazos diferentes, enfocado en estructurar propuestas que pongan en valor la ribera del río Salado en el marco de las obras del dragado atendiendo las demandas particulares de los municipios según las condiciones socioterritoriales particulares. En tanto los objetivos específicos para cada una responden a las demandas de los municipios y la observación en territorio producto de relevamientos e intercambios participativos.

Metodológicamente el escrito se ordena en tres partes; en principio, un contexto situacional de la cuenca del río Salado y los partidos involucrados y una síntesis diagnóstica valorativa de los puntos fuertes y débiles; en segundo lugar, los lineamientos generales para cada caso y en tercer lugar los anteproyectos de paisaje que articulan las dimensiones socio-territorial, ambiental y paisajística con aportes a la gestión municipal.

Las técnicas empleadas han sido variadas; en todos los casos se abordaron dos fases encadenadas, primero un reconocimiento situacional y contexto del área de inserción territorial para lo que se utilizaron fuentes primarias y secundarias, entrevistas a actores claves, fotointerpretación satelital y relevamiento en territorio; segundo la elaboración del partido propositivo a través de lineamientos a escala territorial y proyectos de paisaje a escala local del entorno inmediato, representado cartográficamente y complementado por esquemas y croquis.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los principales resultados de estas asistencias redundan en articular/integrar la impronta territorial con la identidad local a las demandas de los municipios en relación con la gestión territorial. Por un lado, se aborda un enfoque integral para elaborar propuestas acordes a la multiescalaridad y multidimensionalidad que implica el territorio; por otro lado, se brinda un aporte a las capacidades municipales para la gestión territorial y la

factibilidad de concreción de los proyectos ejecutivos con posibilidad de financiamiento externo. De tal manera, hay un doble propósito de la investigación, en tanto profundiza en un marco conceptual del paisaje como herramienta para el ordenamiento territorial y un anclaje en la realidad local municipal con las restricciones que enfrentan en sus escasos recursos disponibles.

Asimismo, en las tres instancias propositivas se ha abordado transversalmente la agenda del turismo local a partir de circuitos que integren y promocionen las actividades culturales y el patrimonio material e inmaterial de gran riqueza en estos sitios del interior de la provincia. Las recomendaciones redundan en promover sinergias para articular con programas provinciales que resalten el valor del eje del Salado, su gente, la identidad e impronta rural ribereña.

BIBLIOGRAFÍA

ALBURQUERQUE, F. (2002) Desarrollo económico territorial. Guía para agentes, Instituto de Desarrollo Regional y Fundación Universitaria, Sevilla.

AVERSA, M. Y DEL RÍO, J.P. (2023) Anteproyecto de paisaje para un circuito público recreativo para la localidad de Ernestina, partido de 25 de Mayo. Informe Final Convenio de Asistencia Técnica CIC-Municipalidad de Alberti. LINTA-CIC.

AVERSA, M. (Coord.) y DEL RÍO, J.P. Equipo colaborador: PACHECO, M. Y JÁUREGUI, E. (2022) El río como condición previa. Anteproyectos para la integración ribereña en la ciudad de Alberti, Mechita, Ladaga y Achupallas. Informe Final Convenio de Asistencia Técnica CIC-Municipalidad de Alberti. LINTA-CIC.

AVERSA, M.; DEL RÍO, J. P.; PACHECO, M.; COLETTI, R. (2021) Estudio para la puesta en valor del espacio ribereño de Alberti y localidades próximas. Informe Final Convenio de Asistencia Técnica CIC-Municipalidad de Alberti, CONV-2021-02072442-GEDEBA. LINTA-CIC. Disponible en <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/10993>

AVERSA, M.; CONTI, A.; DEL RÍO, J. P. (2020) "Propuesta preliminar de ordenamiento territorial para el tratamiento de la margen del río Salado, partido de Roque Pérez". Convenio Comisión de Investigaciones Científicas de la provincia de Buenos Aires – Municipalidad de Roque Pérez. LINTA-CIC. La Plata. Disponible en <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/10856>

BERQUE, A. (2006) Paisaje y Ecúmene. Seminario Internacional de Paisaje. Maestría paisaje, medio ambiente y ciudad, FAU.UNLP.

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE HIDRÁULICA – DPH (2021): Planimetría de la obra del dragado del río Salado, Partido de Alberti.

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE ORDENAMIENTO URBANO Y TERRITORIAL - DPOUT (2019) "Criterios para la planificación y gestión urbana y territorial en la provincia de Buenos Aires. Municipios del tramo IV - obra del plan maestro integral de la Cuenca del Río Salado" Diagnóstico de Criterios de Planificación Urbana y Territorial". EX-2019-41636909. -GDEBA-DTAMGGP.

DONADIEU, P. (2006) La sociedad Paisajística. La Plata. EDULP (Editorial de la Universidad de La Plata).

FOLCH, R. Y BRU, J. (2017) Ambiente, territorio y paisaje. Valores y valoraciones. Editorial Barcino. Barcelona.

INDEC (2010) Censo Nacional de Población y Hogares. Disponible en https://sitioanterior.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135

(2022) Censo Nacional de Estadísticas y Censos. Resultados provisorios. Disponible en <https://censo.gob.ar/index.php/censo-2022-resultados-provisorios/>

Ernestina, un pueblo en donde nunca pasa nada. Disponible en: <https://www.serargentino.com/turismo/buenos-aires/ernestina-un-pueblo-en-donde-nunca-pasa-nada>

INTA (2007) “Promoción y fortalecimiento de Proyectos de apoyo al Desarrollo Territorial para la mejora de la competitividad sistémica regional”. Enfoque de desarrollo territorial: documento de trabajo n° 1. - 1a ed. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Disponible en <https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-enfoque.pdf>

LEY 8912 (1977) Ordenamiento Territorial y Usos del Suelo

MUNICIPALIDAD DE ALBERTI (s/f) Informe diagnóstico para el Código de Ordenamiento Urbano y Territorial [material sin publicar]

MUNICIPALIDAD DE ALBERTI: <https://alberti.gov.ar/>

MUNICIPALIDAD DE 25 DE MAYO: <https://www.25demayo.gob.ar/>

MUNICIPALIDAD DE ROQUE PEREZ: <http://www.rperez.mun.gba.gov.ar/>

NESCHUK, N. (2001) Limnología del Río Salado (Buenos Aires) y el uso de la tierra en su cuenca. Tesis doctoral. Disponible en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/4490>

ORDENANZA 84 (1980) de Delimitación Preliminar de Áreas del Partido de Alberti

SANTOS, M. (2000) La naturaleza del espacio habitado. Técnica y tiempo. Razón y emoción. Barcelona. Editorial Ariel S.A.

Eje temático N°4: Turismo, Territorio y Patrimonio

APORTES DE LA GEOGRAFÍA DEL TURISMO EN EL PROCESO DE TURISTIFICACIÓN DEL ESPACIO LITORAL DE MAR DEL PLATA

Benseny Graciela.

Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Grupo Turismo y Territorio Espacios Naturales y Culturales, Universidad Nacional de Mar del Plata

Palabras clave: Área Fundacional, Turismo, Transformaciones urbanas, Espacio litoral, Mar del Plata.

INTRODUCCIÓN

La Geografía del Turismo es una rama especializada de la Geografía, abocada al estudio de las relaciones entre el espacio y las actividades turísticas; las transformaciones territoriales que experimentan los destinos originadas por la dinámica turística; la distribución y el comportamiento espacial de la demanda que origina áreas urbanas turísticas y residenciales; los fenómenos de difusión y las estrategias de localización; la producción espacial turística imaginaria (representación) y material (formas, diversidad espacial, modelos de ordenación); los procesos de valorización turística; los conflictos ambientales o sociales, que surgen de la puesta en valor turística de un territorio y su consecuente explotación; y las posibles estrategias de innovación urbano-turística. También, se preocupa por la organización institucional y política, que propician el fortalecimiento de los flujos turísticos hacia determinado territorio.

La investigación se centra en el interés por analizar las relaciones entre el espacio litoral y las actividades turísticas, originadas a partir del proceso de transformación territorial, indagando los factores que intervienen para lograr el desarrollo turístico, cuestiones vinculadas con los principios de la Geografía del Turismo. En este contexto, resulta apropiado introducir el concepto de turistificación que refiere al proceso de valorización turística a través de su puesta en valor, representado por el conjunto de obras de equipamiento e infraestructura que permiten el desarrollo de la actividad.

A partir de la dimensión espacial del turismo en la escala local, se identifican los actores o protagonistas del proceso de construcción del espacio turístico, las diferentes prácticas y las obras que transforman los aspectos paisajístico-morfológicos. También, se investigan los procesos de ocupación territorial, usos del suelo y acondicionamiento del espacio turístico que generan una transformación en el ambiente, economía y estructura social productiva del lugar. El acondicionamiento del espacio turístico se analiza a partir de la evolución del territorio, seleccionado el espacio litoral del Partido de General Pueyrredon vinculado con áreas de interés urbano-turístico-recreativas.

A los efectos del presente estudio, el espacio litoral del partido de General Pueyrredon se divide en tres zonas: Norte (desde el límite con el partido de Mar Chiquita hasta Avenida Constitución), Centro (Avenida Constitución hasta el puerto de Mar del Plata, comprendiendo los sectores de: Perla Norte, La Perla, Bahía Bristol, Varese, Playa Chica y Playa Grande), Sur (desde puerto de Mar del Plata hasta el arroyo Las Brusquitas, límite

natural con el partido de General Alvarado, abarcando Playas del Puerto, Punta Mogotes, Playas del Faro, Playas del Sur). La presente ponencia toma como unidad de análisis un sector de la zona denominada Centro, que coincide con la zona costera del área fundacional de Mar del Plata, formada por la Bahía Bristol, espacio delimitado por las lomas de Santa Cecilia y Stella Maris.

El objetivo general de la investigación se basa en la aplicación de los principios de la Geografía del Turismo en el análisis geográfico del área litoral de la Bahía Bristol de Mar del Plata. Para lograr este cometido, se realiza un recorrido teórico sobre la evolución de la Geografía del Turismo y se vincula con el concepto de turistificación. Además, se identifican los lugares, actores y obras de equipamiento e infraestructura, a través del tiempo, que permitan comprender el proceso de transformación urbana del espacio litoral, y analizar las consecuencias ambientales de su turistificación, a fin de proponer posibles escenarios de futuro que intentan mitigar los impactos negativos.

Para el primer objetivo se prevé realizar una revisión del pensamiento de diferentes referentes de la Geografía del Turismo, seleccionando entre ellos: Miossec (1977); Butler (1980); Cazes (1980); Chadeffaud (1987); Lozato Giottart (1990); Callizo Soneiro (1990); Pearce (1988); Vera Rebollo López Palomeque, Marchena Gómez y Antón Clave (1997 y 2012); Mesplier y Bloc-Duraffour (2000); Barrado y Calabuig (2001), entre otros, quienes desde la década de los años setenta del pasado siglo hasta la actualidad analizan el tema. Por otra parte, se aspira generar un aporte teórico sobre la Geografía del Turismo. El segundo objetivo se centra en el estudio geo-histórico, se realiza una periodización e identificación de actores, lugares, obras de equipamiento e infraestructura que definen corte temporal que propicia las transformaciones territoriales en el espacio litoral y evidencia el proceso de turistificación. Comprende el análisis del devenir urbano-turístico del área litoral de la ciudad de Mar del Plata denominada Bahía Bristol, en base a la evolución y cambios introducidos en la demanda turística en la percepción del territorio que origina el surgimiento de nuevas zonas turísticas, a partir de la expansión del área fundacional.

La ponencia constituye un informe de avance de la investigación “Aportes de la Geografía del Turismo para la comprensión del proceso de turistificación del partido de General Pueyrredon”, que está desarrollando el Grupo Turismo Territorio Espacios Naturales y Culturales, del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

Los resultados de la investigación surgirán del análisis del destino, considerado como un espacio de articulación donde se manifiestan las relaciones generadas por diversos actores y las transformaciones en los aspectos económicos, sociales y ambientales a partir de la evolución de la actividad turística. Se espera producir un documento que sirva de base para continuar estudios sobre el devenir urbano-turístico de destinos costeros localizados en diferentes contextos geográficos.

MARCO TEÓRICO

El espacio turístico se caracteriza por ser el escenario de diferentes prácticas turísticas. Ofrece la posibilidad de contemplar o disfrutar paisajes, realizar actividades y vivir experiencias para recordar. Al respecto, Lozato Giotart (1990) en su tesis doctoral analiza los cambios que se introducen en un espacio destinado a la contemplación, y su posterior transformación en un espacio consumido o construido, producto del proceso de valorización turística. De esta manera, el espacio turístico se convierte en el soporte de la urbanización, cuya oferta atrae a los visitantes y/o turistas.

En la bibliografía europea contemporánea se proponen diversas tipologías de desarrollo del espacio turístico. Autores como Miossec (1977) y Lozato Giotart (citados en Lozato Giotart, 1990), tempranamente se preocupan por analizar las diferentes formas y actividades turísticas que requieren una intervención y originan una transformación en los usos y acondicionamiento del espacio turístico. Esta preocupación es compartida por la Organización Mundial de Turismo (1994) y se refleja en una clasificación que permite distinguir diferentes tipos de espacio turístico: costero (incluyendo playas y zonas marinas), de montaña y/o desierto, rural y/o regiones interiores, urbanos e insulares.

Por otra parte, resulta apropiado incorporar la perspectiva de Miossec (1977), quien partiendo de las características físicas como factores determinantes del espacio turístico, centra su interés en su evolución, tanto en la escala regional como local, y analiza la interrelación entre tres elementos estructurales: el transporte y la accesibilidad, el comportamiento de los visitantes y/o turistas, y las actitudes de la población residente.

Otros autores, como Buttler (1980) y Chadefaud (citado en Callizo Soneiro, 2017) proponen el estudio de la evolución del espacio turístico a través de diferentes cortes temporales basados en las etapas de desarrollo. Así surge el concepto de ciclo de vida de un destino, entendido como un proceso orientado a identificar la etapa en la que se encuentra un destino turístico para llevar a cabo una estrategia competitiva más específica y detallada que ayude al desarrollo del mismo, y a su posicionamiento en el mercado nacional e internacional. Buttler define las fases evolutivas del desarrollo de un espacio turístico: descubrimiento, nacimiento, consolidación, madurez y declinación o rejuvenecimiento; y analiza los cambios en el número de ingreso de visitantes que recibe el destino y la consecuente expansión de las obras de equipamiento e infraestructura, tanto de alojamiento como de transporte, dando especial relevancia a la planificación y gestión que acompañan a este desarrollo, así como a la caracterización de los visitantes, residentes y la relación entre ambos.

Por otra parte, Chadefaud toma como base la teoría clásica de los ciclos económicos, y analiza la evolución del espacio turístico (o producto turístico) en tres fases: creación, madurez y obsolescencia, que preceden a la mutación o reconversión. Postula un modelo teórico basado en la interacción sistémica entre la demanda social o mito, la oferta o producto turístico, y el espacio entendido como una proyección de la sociedad global. Lo interesante del modelo de Chadefaud es que plantea el espacio turístico entendido como un producto social; donde el mito es sinónimo de un conjunto de representaciones mentales originadas a partir de la comunicación de un mensaje publicitario basado en textos, iconografías, fotografías, o palabras subliminarias. Mientras los mitos permanecen vigentes (siempre que la moda no los reemplace), mantienen vivas las representaciones mentales de la demanda social en expansión, responden a las motivaciones del viaje y al consumo del espacio por el turismo, resultando el espacio como una proyección de la sociedad (en Callizo Soneiro, 2017).

Desde Francia, Lozato-Giotart (1990) propone un análisis basado en un enfoque multivariable del espacio turístico considerando: la intensidad de los flujos turísticos y su relación espacial con otras actividades del sistema productivo; las formas espaciales de los diferentes tipos de gestión y/o planeamiento turístico, y sus impactos positivos y/o negativos en los medios natural y humano. Distingue dos tipos de espacios turísticos: polivalentes y abiertos, y especializados más o menos abiertos; los primeros permiten la coexistencia de distintas actividades turísticas y no turísticas sin límites en relación al acceso, ocupación y uso; en cambio, los espacios especializados más o menos abiertos consideran al turismo como la actividad principal del sistema productivo que requiere un mayor consumo del territorio. Complementa su propuesta con una tipología de espacios turísticos, distinguiendo entre: espacios para el baño, lacustres, urbanos, verdes (según

las características físicas del territorio), mononucleares o polinucleares (en función a la repartición espacial de los visitantes y/o turistas); y unipolares, bipolares o multipolares (según los polos de atracción turística o la diversidad de productos turísticos disponibles en el espacio).

La conformación del espacio turístico se convierte en una preocupación de la comunidad científica, originando una rama de la Geografía especializada en el Turismo. Los primeros estudios tienen carácter descriptivo y fuerte contenido geográfico, encuadrados bajo la Geografía Turística. A partir de la década de los años setenta, los geógrafos europeos orientan sus aportaciones hacia las aproximaciones teórico-conceptuales y sistematizaciones generales centradas en el análisis de las actividades recreativas y turísticas, las obras y el accionar del hombre para lograr el acondicionamiento del espacio turístico y su consecuente ordenación territorial. Dentro de esta comunidad científica, Lozato Giotart (1990) considera que la Geografía del Turismo estudia las relaciones entre el espacio y las actividades turísticas, originadas a partir del proceso de transformación territorial analizando los factores que intervienen para lograr el desarrollo turístico; en su tesis doctoral investiga los cambios producto del accionar del hombre y reflejados en el espacio contemplado al consumido o construido.

Para Pearce (1988), la Geografía del Turismo analiza los patrones de distribución espacial de la oferta y demanda (centros receptores y emisores), la geografía de los centros vacacionales (diversidad y acondicionamiento del lugar), los movimientos y flujos turísticos (movilidad espacial), el impacto del turismo y los modelos de desarrollo del espacio turístico.

Según Cazes (1980), la Geografía del Turismo se basa en el estudio de la distribución, comportamiento espacial de la demanda, movilidad y medios de desplazamiento, flujos y conjuntos espaciales, fenómenos de difusión y distinción, estrategias de localización, problemática de distancias; la producción espacial turística imaginaria (representación, percepción) y material (formas, diversidad espacial, modelos y técnicas de ordenación, paisajes construidos, espacialización de productos); y la articulación espacial del sistema turístico con el sistema local, modalidades de implantación del turismo en el territorio, procesos de turistificación, basados en la puesta en valor de recursos y lugares turísticos. Bajo estas perspectivas teóricas, surge el interés por analizar las relaciones entre el espacio turístico litoral y las actividades originadas a partir del proceso de transformación territorial de la ciudad de Mar del Plata, indagando los factores que intervienen para lograr el desarrollo turístico. En este contexto, resulta apropiado introducir el concepto de turistificación que refiere al proceso de valorización turística del recurso natural del área litoral a través de su puesta en valor, representado por el conjunto de obras de equipamiento e infraestructura que favorecen el desarrollo de la actividad.

METODOLOGÍA

La investigación adopta una tipología exploratoria y descriptiva; basada en el método geo-histórico, definiendo diferentes etapas de evolución que permiten comprender el proceso de turistificación del destino. Se aplica un enfoque metodológico cualitativo, basado en la recolección de datos que surgen de descripciones y observaciones, con el propósito de reconstruir la realidad y comprender el contexto como un fenómeno social complejo. Se seleccionan diferentes técnicas de recolección de datos: entrevistas semiestructuradas a informantes calificados; observación y visitas de campo con guías semi-estructuradas; revisión y análisis crítico fuentes bibliográficas y documentales, y cruce entre documentos oficiales (marcos normativos); discusión de la información, análisis semántico y de discursos cotidianos publicados en revistas y prensa de época;

análisis de contenido en fotografías y videos; y la consulta de sitios web de organismos oficiales de turismo, institucionales y gubernamentales.

Los resultados de la investigación surgen del análisis del destino, considerado como un espacio de articulación donde se manifiestan las relaciones generadas por diversos actores y las transformaciones en los aspectos económicos, sociales y ambientales a partir de la evolución de la actividad turística.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Mar del Plata se funda en el año 1874, a través de su historia el espacio litoral sufre un marcado proceso de antropización, manifestado en algunos sectores por la construcción-demolición-reconstrucción de viviendas y edificios, donde las obras patrimoniales con influencia de arquitectura europea de fines del siglo XIX y principios del XX ceden paso a construcciones en altura, imponiendo un estilo representativo de la modernidad. Por otra parte, la playa considerada como un recurso natural, es descubierta y valorizada, a través de un proceso de turistificación que evidencia diferentes intervenciones. A lo largo del devenir turístico, el proceso de transformación urbana fue sostenido en diferentes momentos por voces locales y extra-locales, compartiendo la visión o con posiciones encontradas, originando una metamorfosis de la ciudad reflejada en el cambio de la villa veraniega elitista a la ciudad moderna contemporánea.

En este contexto, la zona costera del área fundacional se convierte en un espacio turístico caracterizado por una marcada intervención antrópica, reflejada en diversas obras de equipamiento e infraestructura que se renuevan a través del tiempo, y demuestran escaso interés por la conservación de los elementos del patrimonio cultural y natural. Situación que genera una preocupación constante por su cuidado y protección, dado que el sector costero es un componente determinante del espacio turístico local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrado, D. y Calabuig, J. (2001). *Geografía Mundial del Turismo*. Editorial Síntesis. Madrid - España.
- Butler, R. (1980). The concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*.
- Callizo Soneiro, J. (1991), *Aproximación a la geografía del turismo*. Editorial Síntesis. España.
- Callizo Soneiro, J. (2017). El espacio turístico de Chadefaud, un entrevero teórico: del historicismo al materialismo dialéctico y el sistemismo behaviourista. *Geographicalia*, (26), 37–44. https://doi.org/10.26754/ojs_geoph/geoph.1989261903
- Cazes, G., Lanquar, R., Raynouard, Y. (1980). *L'aménagement touristique*. Presses Universitaires de France.
- Lozato Giotart, J. P. (1990). *Geografía del Turismo – Del espacio contemplado al espacio consumido*. Editorial Masson. Barcelona (España).
- Mesplier, A. y Bloc-Duraffour, P. (2000), *Geografía del Turismo en el mundo*. Editorial Síntesis. Madrid-España.
- Miossec, J. M. (1977). *Un modele de l'espace touristique*, in *L'Espace géographique*, pp. 41-48.
- Pearce, D. (1988), *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográfica*. Editorial Trillas. México (1991).

Vera Rebollo, F.; López Palomeque, F.; Marchena Gómez, M. y Antón Clave, S. (2013), Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Editorial Tirant Humanidades. Valencia. España.

Eje temático N°4: Turismo, Territorio y Patrimonio

NOT A TYPICAL TOURIST: APROXIMACIÓN ETNOGRÁFICA AL TURISMO OSCURO EN HEBRÓN, PALESTINA

Castellano Llordella Neixé.

Universitat de Barcelona

INTRODUCCIÓN

Hebrón (*al-khalil* en árabe) es la ciudad más grande de Palestina después de Gaza; habitada por 200.000 personas, ha estado históricamente conocida por su carácter comerciante del que destacan productos locales como las uvas, los higos, la cerámica o el vidrio soplado. Además, es una de las ciudades más antiguas del mundo continuamente habitadas a causa de su relevancia religiosa: en la ciudad se halla la tumba de Abraham y su familia, de gran importancia para judíos, musulmanes y cristianos. No obstante, si escribimos “Hebrón” en el buscador, este aparece como un lugar crítico y sensible al conflicto palestino-israelí e incluso como “la ciudad más problemática de Palestina”⁷. Hebrón es la única ciudad de Palestina con un asentamiento israelí en medio de la urbe, donde residen 700 judíos y 4000 soldados (B’TSELEM, 2019). La presencia israelí en la ciudad ha supuesto la reconfiguración del espacio, dividiéndolo en dos partes: H1 y H2. Mientras que H1 está bajo control palestino, H2 lo controla Israel. Esto ha resultado en la desconexión entre los habitantes de las dos partes Hebrón, así como la segregación de la ciudad con áreas exclusivamente para judíos y otras para palestinos. Actualmente, la ciudad cuenta con 17 torres de vigilancia, 7 bases militares y 21 *checkpoints* custodiados por las fuerzas de defensa israelíes (IDF) (B’TSELEM, 2019).

Esta investigación nace a raíz de mi primera visita a Palestina en abril de 2019. Por aquel entonces estaba estudiando antropología y me interesaba especialmente el idioma y la cultura árabe. Después de viajar por el territorio me establecí en Hebrón durante 6 meses. Me alojé en casa de una familia palestina que recién empezaba un negocio familiar dedicado al turismo; ofrecían alojamiento y *tours* por la ciudad. Así pues, durante esos meses conocí a una gran cantidad de turistas de diferentes ídoles que decidían invertir parte de sus vacaciones en Hebrón. Debido a las características de la ciudad me planteé varias cuestiones: ¿Cómo se convierte una ciudad como Hebrón en un destino turístico?, ¿qué elementos de la ciudad les resulta interesantes a los turistas? Y, sobre todo, ¿qué tipo de turista encontramos? Estas preguntas me motivaron a investigar sobre prácticas turísticas menos convencionales como el turismo relacionado con el conflicto y la guerra. A finales de diciembre de 2019, volví a Hebrón durante 3 semanas para realizar mi trabajo de final de grado. El contenido aquí presentado es el resultado de mi primera investigación centrada en el turismo oscuro en Hebrón, la cual me ha motivado a seguir investigando y empezar próximamente mis estudios de doctorado con esta misma línea de investigación.

Desde mi posición como etnografía y turista, intento captar qué significa ser turista en medio de un conflicto latente. A partir de conversaciones informales, la participación en *tours* por la ciudad y entrevistas en profundidad a viajeros internacionales, me aproximó

⁷ <https://againstthecompass.com/es/visitando-hebron-ciudad-palestina/> “Visitando Hebrón: la ciudad más problemática de Palestina”. Noviembre del 2019.

a las expectativas, imaginarios, motivaciones y sensaciones de los visitantes. Los objetivos principales son identificar qué tipo de turismo encontramos en la ciudad, conocer las motivaciones de los turistas para visitar un destino turístico tan atípico como Hebrón y analizar qué elementos de la ciudad forman parte de los circuitos turísticos.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

En las últimas décadas los turismos alternativos en Palestina han sido objeto de estudio de múltiples académicos, desde el turismo político (Brin, 2007; Cohen-Hattab, 2004; Clarke, 2000; Isaac, 2012; Kelly, 2016; Koensler, 2011;), el solidario (Isaac, 2012; Higgins-Desbiolles, 2015), de justicia (Chaitin, 2011; Kassis, 2006) y, en menor medida, el oscuro (Isaac, 2009; Isaac y Ashworth, 2012). En esta investigación nos aproximamos al concepto de “turismo oscuro” planteado por Lennon y Foley (2000) y “hot war tourism” de Mark Piekarz (2007) para explicar el tipo de turismo identificado en Hebrón. Lennon y Foley (2000) definen el turismo oscuro como las prácticas turísticas relacionadas con la muerte, la violencia, el sufrimiento o los desastres; visitas a Auschwitz, la zona cero de Nueva York o la ciudad de Pompeya son algunos ejemplos. Según las motivaciones de los turistas, se han establecido subcategorías como el “thanatourism” (viajes motivados por estar en relación actual o simbólica con la muerte) (Seaton, 1996), el “terror-tourism” (viajes donde ha habido ataques terroristas) (Bryne, 1997) o el “hot war tourism” (Piekarz, 2007). Este último, considerado “la vanguardia del turismo oscuro” (Lennon; Foley, 2000: 56) es el que se ha utilizado para describir el tipo de turismo observado durante la investigación. El término ha sido acuñado por Mark Piekarz y hace referencia al turismo a sitios donde, en ese preciso momento, existe un conflicto latente. El término “hot” se utiliza para designar las localidades donde el impacto de la guerra aún está presente, al mismo tiempo que se relaciona con la “cognición caliente”⁸.

Por otro lado, también se ha reflexionado alrededor de conceptos recurrentes en la antropología del turismo como la “autenticidad” de MacCannell (1976) o la “mirada del turista” de Urry (1990). También se han usado otras etnografías centradas en el turismo en zonas que han sido sensibles al conflicto como Chiapas (Pitts, 1996) o el Tibet (Schwartz, 1991).

METODOLOGÍA

El trabajo de campo se realizó durante 3 semanas en una pequeña *guesthouse* convenientemente localizada entre la ciudad vieja y la parte nueva de la ciudad. Esta se encuentra al lado de los asentamientos judíos y a 3 minutos de un control militar y, por lo tanto, bajo control israelí. El hostel cuenta con tres habitaciones y tiene una capacidad total de 10 personas. Dispone de dos áreas comunes las cuales se convirtieron en un espacio de socialización donde mantener conversaciones informales con los huéspedes. Durante mi estancia se alojaron 40 viajeros procedentes de Estados Unidos, Francia, República Checa, Alemania, México, Italia, Bélgica, Suiza, Italia, el Reino Unido y España. De estos el 41% eran mujeres y el 59% hombres.

La aproximación etnográfica consistió en la observación participante y la realización de entrevistas en profundidad a 10 turistas internacionales y 1 guía local. La observación

⁸ Hipótesis sobre el razonamiento que estipula que el pensamiento de un individuo está influenciado por su estado emocional.

participante se realizó en el hostel, paseando por las calles de la ciudad y participando en diferentes *tours* organizados por el hostel. A pesar de que en la ciudad se ofrezcan *tours* por parte de guías palestinos e israelíes, tan solo participé en los *tours* palestinos para no poner en riesgo mi relación y confianza con los interlocutores. La participación en estos me permitió analizar qué se mostraba a los turistas, qué elementos eran considerados atracciones, cuál era la mirada del turista (y a qué decidían fotografiar), así como las sensaciones e impresiones que tenían al terminar la ruta. Mi participación se justificó con el rol de fotógrafa, captando los diferentes momentos de la ruta para utilizarlos posteriormente a la página web del hostel. En la medida de lo posible se hizo un seguimiento posterior de las fotografías que algunos de los turistas mostraban en sus redes sociales, entendiéndolas como piezas fundamentales en la creación del imaginario turístico alrededor de Hebrón.

El resultado final se elaboró a partir de investigación bibliográfica, el análisis de las notas registradas en el diario de campo (observaciones y conversaciones informales) y las grabaciones de las entrevistas realizadas. Estas últimas fueron transcritas y divididas según su temática. De ellas se han podido identificar diferentes categorías de análisis como el perfil del turista, su motivación y sus expectativas.

Hebrón es una de las ciudades más conservadoras de Cisjordania y mi presencia como mujer, europea y no musulmana tiene un impacto en el terreno que no se puede obviar. A diferencia de Belén o Jerusalén que acogen a centenares de turistas diarios, el turista a Hebrón no pasa desapercibido. Así pues, durante mi estancia allí era imperativo tener presente los códigos culturales para que mi intrusión fuera lo menos agresiva posible. Por un lado, mi perfil me ayudó a conectar rápidamente con los interlocutores: conocer la zona previamente me permitió establecer contacto con estos, ya fuera enseñándoles la ciudad, recomendándoles sitios donde ir o simplemente explicándoles mi experiencia en Hebrón. Por otro lado, *ser* turista y desplazarme por la ciudad con otros viajeros me permitió ver la manera en que los locales se aproximaban a nosotros e identificar qué espacios de la ciudad formaban parte de los circuitos turísticos. No podemos obviar el evidente privilegio que me permitía acceder a espacios donde los locales palestinos no tienen acceso, un registro muy menor en los controles militares y la posibilidad de participar en espacios donde las mujeres locales no accederían. De este modo, a lo largo de la investigación, se intentó poner atención a las relaciones de poder intrínsecas al turismo, que separan los viajeros del norte global con libertad de movimiento de los locales del sur, en este caso envueltos en una situación en conflicto.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Esta investigación muestra un tipo de turismo interesado en el impacto de la ocupación israelí en Palestina. A diferencia de los participantes del turismo político o de solidaridad, los turistas entrevistados no asocian su viaje con motivos políticos ni con fines activistas. La gran mayoría de los huéspedes del hostel eran mochileros, que viajaban solos, en pareja o con amigos. En un porcentaje mucho menor, había algunas familias. Las motivaciones de los turistas entrevistados eran ver Hebrón “con sus propios ojos”, conocer los impactos de la ocupación y visitar un lugar poco frecuentado por turistas. Las expectativas de los turistas acerca de Hebrón estaban formadas a través de información proveniente de internet o los medios de comunicación, que muestran la ciudad como un sitio violento y peligroso. Así pues, el interés en visitar un sitio con estas características les enmarca dentro del turismo oscuro o el *hot war tourism*. Si bien también se avistaron

turistas que visitaban la ciudad por motivos religiosos, políticos o solidarios, este no fue el caso de los interlocutores entrevistados.

Observamos que el interés de los turistas por los elementos “oscuros” de la ciudad, ha creado nuevos circuitos turísticos. Los guías locales se han reapropiado de las representaciones “oscuras” sobre su ciudad que, hasta el momento obstaculizaba el desarrollo turístico. Así pues, estos no sólo muestran las atracciones turísticas oficiales de la ciudad (como la mezquita de Ibrahim, la ciudad vieja o la tumba de Abraham y su familia) sino que incorporan en su *tour* elementos como puntos de control militar, la visita a familias palestinas desahuciadas o los asentamientos judíos. La mirada de la mayoría de los turistas también estaba dirigida a estos elementos, los cuales eran fotografiados y suscitaban la mayoría de preguntas. Durante mi estancia en Hebrón, algunos turistas también decidieron participar en eventos como manifestaciones, protestas e incluso enfrentamientos (*clashes*) con las fuerzas armadas israelíes. Esto puede asociarse a la voluntad de muchos de los turistas a separarse del “turismo convencional” para descubrir lugares diferentes o inexplorados fuera de los circuitos turísticos establecidos. La inestabilidad política y la sensación de peligro otorga “autenticidad” y “realismo” a la experiencia (Brin, 2007), convirtiéndose en un momento único que el turismo “convencional” no ofrece.

Este tipo de turismo plantea varios debates en el territorio. Por una parte, algunos lo ven como una oportunidad para reforzar la economía y cambiar la imagen turística del territorio impuesta por Israel, permitiendo a los propios palestinos decidir su propia representación turística. En este sentido, los turistas pueden convertirse en aliados políticos, trasladando el mensaje palestino a sus comunidades de origen. Para otras personas, la turistificación convierte los elementos de la ocupación en espacios de consumo dentro de la experiencia turística. Esto parecería ignorar las implicaciones de la ocupación (segregación, hostilidad, colonialismo...), normalizando y legitimando la violencia de la ocupación. Los debates que aparecen en el destino turístico nos ayudan a señalar la complejidad y dinamismo de los procesos de turistificación, que pueden estar acompañados de tensiones. Por otro lado, ponen sobre la mesa la cuestión ética detrás de ciertas visitas turísticas: ¿qué responsabilidad tenemos los turistas a la hora de consumir ciertos espacios?, ¿qué impacto tiene nuestra presencia en el territorio? y ¿visitaríamos espacios de esta índole si no se encontraran en un lugar alterizado y exotizado como Palestina?

BIBLIOGRAFÍA

- BRIN, E. (2006). “Politically-oriented tourism in Jerusalem”. *Tourist Studies*, 6(3): 215-243.
- BYRNE, C. (1997). Terror tourists queue for trips to war zones. *The Sunday Times*.
- CHAITIN, J. (2011). "Here's the separation wall": Political tourism in the Holy Land. *Conflict Resolution Quarterly*, 29(1): 39–63.
- CLARKE, R. (2000). “Self-presentations in a Contested City: Palestinian and Israel Political Tourism in Hebron”. *Anthropology Today*, 16(5): 61-85.
- COHEN-HATTAB, K. (2004). “Zionism, Tourism, and the Battle for Palestine: Tourism as a Political-Propaganda Tool”. *Israel Studies*, 9(1): 61-85.

HALL, C; HIGGINS-DESBIOLLES, F; ISAAC, R.K. (2016). *The politics and power of Tourism in Palestine*. Londres: Routledge.

ISAAC, R. K. (2009). "Alternative tourism: Can the segregation wall in Bethlehem be a tourist attraction?". *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 6(3): 247-254.

ISAAC, R.K. (2012). "Palestine: Tourism under occupation". En R. Butler and W.Suntikul (eds.) *Tourism and War*. Londres: Routledge, 143-158.

ISAAC, R.K; ASHWORTH, G.J. (2012). "Moving from pilgrimage to "dark tourism: Leveraging tourism in Palestine". *Tourism, Culture & Communication*, 11(3): 149-164.

KELLY, J.L. (2016). "Asymmetrical Itineraries: Militarism, Tourism and Solidarity in Occupied Palestine". *American Quarterly*, 68 (3): 723-745.

KOENSLER, A; PAPA, C. (2011). "Political tourism in the Israeli-Palestinian space" *Anthropology Today*, 27(2): 13-17.

LENNON, J; FOLEY, M. (2000). *Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster*. Londres: Continuum.

MACCANNELL, D. (2003) [1976]. *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.

PITTS, W.J. (1996). "Uprising in Chiapas, Mexico: Zapata lives, tourism falters". En PIZAM, A; MANSFELD, Y. (eds). *Tourism Crime and International Security Issues*, Nova York: Wiley, 215-227.

PIEKARZ, M. (2007). "Hot War Tourism: The Live Battlefield and the Ultimate Adventure Holiday?". En RYAN, C. (ed.) *Battlefield Tourism: History, Place and Interpretation*. Oxford: Elsevier, 153-169.

SCHWARTZ, R. (1991). "Travellers under fire: Tourists in the Tibetan uprising". *Annals of Tourism Research*, 18 (4): 588-604.

Seaton, A. (1996). *Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism*. *International Journal of Heritage Studies*, 2(1): 234-244.

Eje temático N°4: Turismo, Territorio y Patrimonio

EXPERIENCIAS DOCENTE Y/O EXTENSIÓN

PROYECTAR EL PAISAJE PARA EL TURISMO Y EL DESARROLLO LOCAL

Varela Leandro, Pinedo Agustín.

IIPAC, CONICET, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de La Plata

El concepto de Paisaje es abordado en los últimos tiempos desde diferentes campos disciplinares lo que lo constituye en un concepto polisémico, pero al momento de abordar problemáticas concretas rápidamente se operativiza para poder delinear propuestas y respuestas. La relación entre Turismo y Paisaje es indivisible generalmente, lo que la hace objeto de reflexión y propuesta.

La carrera de posgrado, Maestría “Paisaje, Medio Ambiente y Ciudad” de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Nacional de Las Plata, fue creada para formar profesionales desde una mirada compleja e interdisciplinaria, abordando sus tres conceptos desde una perspectiva interrelacionada y sistémica.

Dentro del plan de estudios un espacio muy importante es el Taller de Proyectos, *cuyo sentido fundamental es desplegar la formación teórica frente a situaciones reales trazando un camino crítico mediante el cual se ponga en discusión el carácter del proyecto de paisaje, los lineamientos de base de su método proyectual y las implicancias en la construcción del hábitat contemporáneo en América Latina. (Varela L., Pinedo A. 2018)*

En la actualidad, es necesario encarar el desafío de materializar acciones territoriales e intervenciones de gestión desde un horizonte amplio, atendiendo a principios políticos, técnicos, culturales y artísticos en la relación de los sistemas artificiales y los ecosistemas naturales. La interacción entre problemas ambientales y paisajísticos, requiere de una conceptualización teórica sólida y de una agilidad en el desarrollo proyectual, con lo cual ofrecer un campo de debate y experimentación transdisciplinar.

Esta mecánica requiere de la internalización de una serie de procesos racionalizados de complejidad del proyecto como: evaluación de paisaje, análisis de impacto, acciones de mitigación, prevención, optimización ambiental, restauración de ámbitos degradados, restauración de patrimonio, adecuación de obras de infraestructura, planificación regional y adecuación a nuevos usos, ligados al espacio de uso público y a los requerimientos ciudadanos.

Como toda manifestación de la arquitectura y del diseño, el sistema de pensamiento moderno concibe al diseño del paisaje Como confluencia de dos mundos, el de la ciencia y el del arte, dando una respuesta integral y holística al problema.

Es así que trabajaremos en tres grandes áreas que engloban distintas aproximaciones al tema:

1. Aproximación ***Histórico-Cultural***, en donde el paisaje es abordado desde el punto de vista de las Ciencias del Hombre, a partir de definir y explicar la relación hombre-naturaleza.
2. Aproximación ***Ecológico-Ambiental***, que se centra en los estudios de los componentes de la naturaleza y sus procesos, constituyendo el ámbito de las Ciencias Ambientales, para las cuales el hombre constituye una componente más.
3. La aproximación ***Geográfico-Urbanística***, en la cual se hace hincapié sobre la construcción material del mismo.

El objetivo pedagógico Taller es dotar a los participantes de conceptos, criterios y herramientas que les permitan desarrollar proyectos de paisaje multiescalares; así el curso pretende ser un laboratorio de experimentación en el que converjan diversas miradas disciplinares, formaciones y experiencias, con el fin de abarcar la complejidad de pensamiento que toda Intervención en el Paisaje requiere.

La interrelación entre investigación teórica, práctica profesional y participación social, son la piedra basal del ejercicio a desarrollar, la experiencia del proyecto y su análisis crítico aportarán valor a los conocimientos teóricos y que a su vez han de mejorar la práctica profesional.

Desde hace algunas ediciones de la carrera, consideramos que el conocimiento no podía quedar solo en trabajos teóricos y de laboratorio y comenzamos a transcurrir el camino de la Extensión Universitaria. Es así que nuestra primera experiencia se plasmó en el proyecto Acreditado por la UNLP **“Paisaje como recurso en Isla Paulino de Berisso. La revalorizaron del patrimonio cultural como herramienta para el desarrollo local.**

“El turismo está claramente relacionado con los procesos de construcción del territorio, porque fundamenta su rendimiento económico tanto en la explotación directa del suelo, como recurso para la edificación, como un valor añadido que incorpora a través de la cualidad que exige al medio ambiente y al paisaje. Concretamente cuando, en la actual visión del turismo como industria de servicios, el valor del entorno es esencial, se trata de especializar, diversificar y mejorar el grado de excelencia de los productos turísticos, nuevos o existentes, el paisaje vuelve a contar como elemento esencial.”
(Barba y Pié, 1996)

El Objetivo General de la propuesta fue diseñar de forma participativa con los actores locales, una serie de itinerarios o circuitos turístico-culturales y al mismo tiempo organizar una red de actores vinculados que contribuyan a la difusión del paisaje de la ISLA PAULINO como “imagen marca” de su territorio. Con la incorporación de instituciones, actores locales ligados a la producción, vecinos y la municipalidad de Berisso, lo que representa una participación activa de la comunidad, nos propusimos dar visibilidad a las posibilidades que posee el área en pos de conformar una propuesta consensuada de Desarrollo Local. El proceso participativo con la comunidad local en su construcción le otorgara identidad y pertenencia al resultado del proyecto. Contribuyendo a las dimensiones de la sustentabilidad, social, cultural, ambiental, productiva y consecuentemente económica, conservando los recursos genuinos de la región.

Los resultados se presentaron en una Exposición de Trabajos del Taller “Proyecto de Paisaje, para el Desarrollo Local de la Ribera” en la Casa de la Cultura de Berisso 21 de

Abril de 2017, siendo expuestos 5 trabajos que abordaron diferentes enfoques, pero que si los vemos en su conjunto por su complementariedad podrían ser parte de una sola propuesta. Los aportes de los concurrentes, vecinos instituciones y funcionarios retroalimentaron el proceso y aportaron para seguir trabajando.



Patrimonio material e Inmaterial de Berisso. Trabajos Maestría PMAC

Dando continuidad a la experiencia, se planteó seguir trabajando en torno a paisajes en relacion al agua y a partir de ello nuestra atención se redirigió a trabajar en la Laguna de Chascomús, en la llanura pampeana. Se firmó un convenio de cooperación con el municipio, donde se plantearon los lineamientos de trabajo de articulación con diversas áreas la gestion y diversos actores sociales involucrados en problemáticas urbano territoriales y de conflictos socio ambiental. Esta experiencia tuvo como resultado 4 trabajos que abordaron las problemáticas desde diferentes marcos teóricos y aproximaciones conceptuales. El asesoramiento por parte de informantes calificados representativos de la comunidad fue un aporte muy enriquecedor que fue volcado en las propuestas proyectuales y de planificación.



Talleres participativos en Berisso y Chascomús. Archivo Maestría PMAC

La presentación del Proyecto **“Paisaje, Desarrollo Local y Turismo en Chascomús. Reflexiones y Proyectos colaborativos para un crecimiento integral”** y acreditado por la UNLP, tuvo como Objetivo diseñar de forma participativa y colaborativa una serie de estrategias de Desarrollo Local, organizando una red de actores vinculados, que contribuyan a la difusión, del paisaje de Chascomús. El diseño y la generación de itinerarios o circuitos turístico-culturales y al mismo tiempo estrategias de generación de infraestructuras apropiadas y sinergia entre actores permitirán consolidar y desarrollar un trabajo conjunto y conducente para un desarrollo local posible.

Este proyecto busco organizar una red de actores para contribuir a la difusión del paisaje de Chascomús como “imagen marca” para apoyar el desarrollo local. A su vez proponer con los actores locales una serie de lineamientos y propuestas proyectuales participativas, circuitos turístico recreativos- culturales e infraestructura del espacio público. A su vez

se dirigió a salvaguardar el ambiente por medio de la valorización de recursos y ordenamiento territorial que preserve el hábitat socio/ ambiental –paisajístico de la laguna y por otro lado el patrimonio cultural y urbanístico de la ciudad.

La identificación de un conjunto de recursos naturales y culturales, permite plantear estrategias la valorización y organización de los mismos a través de un proyecto territorial de paisaje orientado al desarrollo local sostenible. El diseño de itinerarios basados en la historia local como herramienta para interpretar, valorizar y difundir las actividades propias del territorio permitirá aportar al ordenamiento de usos y actividades presentes y futuras. El proyecto contribuirá a fortalecer la imagen de un paisaje cultural propiciando usos turísticos sustentables; conservando y valorizando los usos productivos tradicionales; contribuyendo al desarrollo de un conjunto de productos y servicios turísticos que dinamizarán la economía y la cultura local.

Una serie planificada de encuentros en el Municipio, permitieron generar un intercambio con diversos actores de la comunidad que aportaron su visión de las problemáticas detectadas en etapas relevamiento y diagnóstico. Dicho aporte enriqueció la visión de los equipos en la etapa de propuestas de planificación y proyecto en diferentes escalas espaciales. Estos se plasmaron en el diseño de la infraestructura material de los espacios públicos para la recepción de diversas actividades dando respuesta a la demanda de instalaciones que permita recibir grandes cantidades de visitantes, sin afectar ecosistemas y áreas de conservación cultural.

Una edición posterior permitió desarrollar nuevos proyectos en base a la experiencia realizada en esa primera experiencia chascomunense, ampliando el espectro de propuestas, y generando otras instancias de reflexión como la del turismo regional y la asociación estratégica con municipios vecinos para un trabajo mancomunado y colaborativo.

La pandemia suspendió las acciones participativas presenciales, pero esto no nos detuvo a la hora de nuevas propuestas, y es así que durante la última edición de la maestría trabajamos de forma virtual con municipios y actores muchos más distantes de nuestra geografía. Tolhuín, en Tierra del Fuego y Rawson en Chubut, fueron ciudades de las que pudimos conocer y entender sus problemáticas a través de la mediación de la tecnología y de los cuales pudimos pensar y reflexionar propuestas de paisaje en colaboración con actores locales que sumaron su conocimiento e información.

Estas experiencias enriquecieron nuestra práctica de manera diferente, aportando otras maneras de transmitir y gestionar nuestro accionar. Los resultados también fueron altamente positivos, y un gran aporte de ideas para la gestión de la infraestructura de la ciudad y por ende para una recepción mejor de viajeros y turistas.

Todos los medios son interesantes si existe la voluntad de HACER CON...y en ello seguiremos trabajando.

Eje temático N°4: Turismo, Territorio y Patrimonio

INTERVENCIÓN ARTÍSTICA EN EL PARQUE LINEAL COSTANERA CENTRO POSADAS

Maciel Aldo Daniel, De Luca Anabella, Groh Marcelo Daniel, Gutierrez Fernando.
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones

En el presente resumen describiremos la actividad y experiencia de extensión, denominada Intervención Artística en el Parque Lineal Costanera Centro-Posadas, aprobado por Resolución de Consejo Directivo en el año 2019, dependiente de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM). La misma tiene como objetivo general aumentar el valor emocional de la visita a la ciudad de Posadas a partir de una intervención musical en espacios públicos. Cabe aclarar que este proyecto forma parte del programa permanente de extensión de la facultad denominado "La extensión como herramienta de inclusión y articulación de la universidad pública con la región".

Hasta la fecha el proyecto tuvo dos momentos de intervenciones, el primero fue en el año 2019 (pre-pandemia) donde las intervenciones se realizaron en el espacio público de la ciudad, más precisamente en el Parque Lineal Costanera Centro, frente al Monumento de Andresito Guacurarí, y una segunda intervención llevada adelante en el año 2022 que luego de dos años sin intervenciones y en un contexto de post pandemia, se decidió cambiar el escenario: para intervenir artísticamente en los parques naturales provinciales. En ambos momentos se buscó que las performances se llevaran adelante durante el mes de Julio, específicamente en las vacaciones de invierno priorizando las fechas con mayor afluencia de visitantes. Los destinatarios del proyecto han sido tanto los transeúntes como los turistas que se encontraban presentes en el lugar al momento de las intervenciones, y que decidieron ser parte, es decir transformar su rol de turistas a protagonistas de la escena (González, 2013).

Para poder llevar a cabo las actividades trabajamos de manera articulada con el Ensemble Coral de la UNaM, que a su vez en este participan docentes, no docentes, estudiantes, graduados y la comunidad local no universitaria y, dependiendo del espacio a intervenir se trabajó con el actor gubernamental acorde, por ejemplo en el año 2019 trabajamos junto a la Dirección de Turismo de la ciudad de Posadas, y en el año 2022 con la Subsecretaría de Parques Turísticos y Temáticos dependiente del Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones.

El objetivo del proyecto responde a la pregunta de si puede, un acto pasajero realizado en un espacio público generar otras formas de mirar el lugar (González, 2013). Por esta razón se buscó desarrollar una estrategia de diferenciación: a través de la música y la sorpresa, provocar en los visitantes emociones, para intensificar su experiencia turística y hacerla memorable, y que partir de lo infrecuente de la propuesta en un área de paseo característico, sea capaz de alojar la experiencia en la mente de quienes visitan el lugar, como así también a sus propios residentes.

Tanto las intervenciones llevadas a cabo en el año 2019 como las del 2022 fueron pensadas para enriquecer la visita de los turistas en los espacios turísticos. La primera tuvo como propósito producir una experiencia musical en el Parque Lineal Costanera, más precisamente al pie del monumento del General Andrés Guacurarí, lugar icónico de la ciudad. La segunda etapa del proyecto tuvo lugar en el Parque Temático de La Cruz de Santa Ana y en el Parque Provincial Salto Encantado. La decisión de cambiar de escenario no fue caprichosa, sino que debido a un contexto de post pandemia decidimos modificar el escenario a intervenir y llevarlo hacia un entorno natural. La elección de ambos parques resultaron de un análisis que hemos hecho teniendo en cuenta información sobre el número de ingresos a los mismos en el año 2021 donde los datos arrojaron que aquellos parques provinciales que tuvieron menores ingresos fueron el Parque Temático de la Cruz en Santa Ana y el Parque Provincial Salto Encantado.

Es una experiencia que mediante la música busca visibilizar una parte de la historia de la Provincia: el arte, la historia, personajes célebres, el Río Paraná, los parques y sus leyendas, donde estos elementos se conjugaron para sorprender a los turistas y transeúntes que se encontraban paseando eventualmente, ya sea por la Avenida Costanera de la ciudad como por alguno de los dos parques provinciales seleccionados.

Las intervenciones artísticas son acciones imprevistas que irrumpen el espacio público, y por medio de la música, que actúa de estímulo, afloran recuerdos pasados con fuertes conexiones emocionales. Es por este motivo que utilizamos la música como una herramienta para establecer un vínculo entre el destino y los visitantes: es a través de ella que se activa el patrimonio cultural inmaterial del espacio visitado y se logra hacer más intensa su visita (Mosquera, 2013). Así como la música evoca emociones, también hace parte de un todo que funciona como discurso ayudando a forjar la identidad de grupo. Y por esta razón, el temario elegido en ambos casos fue intencional, fueron canciones de un repertorio folklórico litoraleño y de la colección de las reducciones jesuíticas.

Por otro lado, partimos de pensar a la extensión universitaria como nos invita Paulo Freire (2001 como se citó en Ulloa Enríquez y Almuiñas Rivero, 2018), un medio donde la universidad se vincula con la sociedad. Y es por medio de esta relación que se generan y articulan nuevos conocimientos, donde aquellos que nos vinculamos, nos afectamos. Del análisis de los registros de campo hemos observado dos formas de pensar al proyecto, por un lado, lo definimos en las relaciones entre los visitantes y las intervenciones; y por otro lado, las situaciones que escapan a los objetivos propios pero que impactan en el desarrollo, hechos que no se contemplaron como parte del mismo, pero como propone Mestelan et al., (2016), suceden porque la realidad es dinámica y todo proyecto de extensión presenta.

Algunas conclusiones hasta el momento: destacamos el trabajo mancomunado de todos los actores involucrados para llevar adelante el proyecto, el cual se desarrolló de manera interinstitucional, El Ensamble Musical de la UNaM, la facultad de Humanidades y Cs. Sociales y la Dirección de Turismo Municipal y el Ministerio de Turismo de la Provincia, cooperando para agregar valor a la oferta de productos turísticos convencionales. En ambos momentos del proyecto se trató de un suceso extraordinario en lo cotidiano de las visitas turísticas, y que aunque no podemos asegurar cuántas personas se afectaron, sí sabemos que este hecho se mantendrá en el recuerdo o anécdota de quienes lo hayan decidido vivir. Sumado a lo anterior, la organización del proyecto y su puesta en marcha generó entramados que dieron lugar tanto a conflictos como a poner el foco en la función

social del turismo, una dimensión socio-cultural y simbólica no pensada en la definición del objetivo principal del proyecto.

REFERENCIAS

González, M (2013). Intervenciones en el Espacio Público: performance, mirada y ciudad. *Rev. Bras. Estud. Presença, Porto Alegre*, v. 3, n. 3, p. 727-741

Maciel, A., De Luca, A. y Tejo, G. (diciembre, 2020). Intervención Artística sorpresa en “el Andresito” de la Costanera de Posadas. Misiones. *Revista de Extensión Tekohá. Posadas: Ediciones FHyCS*, 10(6), 19-25.

Mestelan, S.; Grosman, F. y Bertoldi, M. (2016). Conflictos en extensión: origen y posibles estrategias de abordaje. En *Revista Masquedós*. N° 1, Año 1, pp. 73- 85. Secretaría de Extensión UNICEN. Tandil, Argentina

Mosquera, I. (2013). Influencia de la música en las emociones. *Realitas, Revista de Ciencias Sociales, Humanas y Artes*, 1 (2), 34-38.

Ulloa E, Francisco, & Almuiñas Rivero, JL. (2018). La extensión universitaria orientada a la promoción de la cultura artística: un reto de las instituciones de educación superior de América Latina. *Revista Cubana de Educación Superior*, 37(1), 19-36.

EJE TEMÁTICO 5

Turismo y Educación

— ■
XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023
■ —



Eje temático N°5: Turismo y Educación

LA PRODUCCIÓN Y CIRCULACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS DEL CAMPO TURÍSTICO: UN ESTUDIO SOBRE LOS DISEÑOS CURRICULARES DE LAS LICENCIATURAS EN TURISMO OFRECIDAS POR UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA PATAGONIA CON PERSPECTIVA TERRITORIAL

Jalil Mara Alejandra y Zanfardini Marina.

Instituto Patagónico de Estudios en Humanidades y Ciencias Sociales, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Universidad Nacional del Comahue

INTRODUCCIÓN

Se presenta, en el marco de la elaboración de la tesis doctoral, cuyo objetivo principal es analizar el rol de la Universidad Pública en la producción y circulación del conocimiento del campo turístico en el territorio Sur de la República Argentina, un estudio sobre los diseños curriculares de las Licenciaturas en Turismo ofrecidas en el CPRES Sur, impartidas por universidades públicas nacionales.

Interesa comprender el alcance de las acciones de las universidades en las comunidades donde se insertan, considerando sus funciones de enseñanza, investigación y extensión, desde la perspectiva de la gestión.

Se hace foco en el vínculo universidad-territorios turísticos, debido a la escasez de investigaciones que consideran las particularidades que los definen y, sus consecuentes desafíos comunitarios. Se destaca el incipiente estado del arte de este campo y la relevancia que el Turismo tiene en los procesos locales y regionales.

En el contexto actual, las universidades públicas se encuentran frente al reto de insertarse en una de las dinámicas esenciales de los territorios turísticos, que está dada por los flujos de información y conocimientos así como por el acceso (o no) de los grupos de interés a las tecnologías que facilitan su producción y circulación (Zanfardini et al, 2013). Por tanto, cobra relevancia para el abordaje de esta temática no sólo los aspectos geográficos territoriales donde se asientan las universidades, sino también las nuevas configuraciones de los territorios virtuales y/o verticales en las que se desenvuelven (Santos, 1994; Mena, 2017). Dicho en otras palabras, la territorialidad deja de ser meramente geográfica espacial, y se incorporan las dinámicas de la virtualidad en el concepto territorio, lo que le otorga originalidad e innovación a la propuesta.

Este proyecto de tesis implica la realización de una investigación, de naturaleza comprensiva, donde se analiza cómo se planifican y construyen las experiencias de circulación de conocimiento y la articulación local de las universidades públicas pertenecientes al CPRES Sur, específicamente aquellas que cuentan con carreras de turismo en perspectiva territorial, en las dimensiones vinculadas a la enseñanza (planes de estudio) e investigación y transferencia. Ello implica conocer y caracterizar las interrelaciones y diálogos que se establecen entre las Universidades y otros actores relevantes del territorio, tanto aquellos que realizan las prácticas productivas

(prestadoras/es de servicios turísticos), como los gestoras/es turísticos del Estado y las asociaciones intermedias, inmersos en las comunidades locales.

La propuesta metodológica es de enfoque cualitativo, con un estudio de casos múltiples situados en la Patagonia Argentina, incluyendo las universidades públicas que ofrecen Licenciaturas en Turismo.

Los alcances que se presentarán en el congreso corresponden al primer objetivo específico de la investigación que consiste en analizar los diversos modos en que las universidades públicas del territorio sur de la Argentina diseñaron y construyeron las carreras de Turismo para la producción del conocimiento (perfil de graduado, planes de estudio, actores que participan en el diseño de las carreras, entre otros indicadores) desde la perspectiva de los gestores universitarios.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

En cuanto al desarrollo de las casas de estudio de Educación Superior en la Argentina, desde la creación de las primeras universidades hasta la actualidad, los vínculos que ellas establecieron y establecen con los territorios donde se emplazan, han atravesado grandes transformaciones. Según Fernández Lamarra *et al.* (2016), “algunas de ellas fueron fundadas con un criterio geográfico, pero se cuestiona que la mayoría de las creaciones recientes responden más a decisiones políticas que a una planificación ordenada de su oferta y articulación” (p.26).

Por su parte, la Ley de Educación Superior N° 24.591 (1995, en adelante LES) afirma que las universidades son autónomas para definir sus estructuras académico-administrativas y sus formas de gobierno, cuentan con el consejo superior y rector/a, un consejo académico o directivo, decanos y/o directores de carrera. Pero, en las últimas décadas se fueron incorporaron nuevos actores externos como representantes de gobiernos locales o provinciales, órganos colegiados, entre otros.

Luego de sancionarse la mencionada ley, la regionalización y la territorialidad adquirieron mayor distinción, así como la conceptualización de la universidad comenzó a concebirse con mayor fuerza como una figura institucional relevante para dinamizar políticas territoriales (González y Claverie, 2017). Esto se puede observar en la creación del Consejo de Planificación Regional Educación Superior (CPRES), quien tiene como misión atender las demandas socioeducativas de cada región, coordinando las instituciones educativas de nivel superior con los gobiernos locales a través de una visión territorial. De esa manera, comenzaron a fortalecerse estrategias de desarrollo local centradas en el interés social y productivo de las comunidades.

Diversos autores reconocen la importancia del vínculo universidad-territorio. Gibbons (1994) adelanta que se vislumbra un nuevo paradigma, donde la función de la educación superior en la sociedad, no se centra sólo en la búsqueda por el conocimiento en sí (propio de la educación superior del siglo pasado), sino que se incorpora la idea de que las universidades deben de servir a la sociedad, respaldando la economía y mejorando las condiciones de vida de sus ciudadanos. A nivel global, en el mismo año, el art. 12 de la Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI (UNESCO, 1998) hace mención al objetivo último de su gestión: asegurar la enseñanza, formación e investigación de calidad y prestando servicios a la comunidad.

Por su parte Fernández Lamarra (2007) indica que en el mundo actual, las instituciones de nivel superior “deberían replantearse su rol, respecto a la creación, gestión y difusión de los nuevos conocimientos, articulando sus funciones de investigación y extensión con

la docencia, para enriquecerse” (Fernández Lamarra, 2007, pp.9-10). “Sin embargo, la revisión temática permite entrever que si bien se crean con un criterio regional y nuevos modelos organizacionales para orientar la demanda estudiantil en el nivel local no surgen en diálogo aparente con las necesidades y demandas relevantes del territorio” (García de Fanelli, 2014 y 2015; Fernández Lamarra, 2015; como se citó en González y Claverie, 2017, pp.20).

En cuanto a los modelos contemporáneos de la relación universidad- sociedad, Nuñez Jover (2002) insiste en la necesidad de trabajar en redes considerando los diversos actores territoriales. La universidad con su rol dinamizador del desarrollo territorial, actúa en él como agente local y debiera ser capaz de identificar problemas socioeconómicos y culturales del entorno y colaborar en la gestión del conocimiento que facilite posibles soluciones (Nuñez Jover, 2002).

Debido a que la actividad turística ha mantenido un creciente desarrollo en la Patagonia Argentina, la tesis se centró en los territorios turísticos que albergan no sólo la actividad sino también universidades públicas que ofrecen Licenciaturas en turismo. Cabe destacar que los territorios turísticos albergan agentes económicos, comunidades locales, turistas y gestores públicos. Desde esta visión, la gestión del conocimiento no se desarrolla únicamente en las entidades educativas, sino que todos estos actores territoriales pueden gestionarla. Asimismo, tienen rasgos específicos y, por tanto, requieren de la formulación de una teoría propia (Timón, 2004), que aquí se define como “campo turístico”.

Para finalizar y antes de abordar la metodología, cabe mencionar que el sistema universitario nacional ha generado, en las últimas décadas, diversas carreras de Turismo. Concretamente en el CPRES sur: la Universidad Nacional del Comahue (Neuquén), Universidad Nacional de Río Negro, Universidad Nacional de la Patagonia Austral (Santa Cruz), Universidad Nacional de la Patagonia (Chubut), Universidad Nacional de la Pampa y la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, ofrecen licenciaturas y tecnicaturas en Turismo.

METODOLOGÍA

La propuesta metodológica es de enfoque cualitativo, con un estudio de casos múltiples situados en la Patagonia Argentina, incluyendo las universidades públicas que ofrecen Licenciaturas en Turismo. Para el análisis de los diseños curriculares, se utilizaron fuentes primarias devenidas de entrevistas en profundidad a actores universitarios complementados con fuentes secundarias. Se realizó un acercamiento a las dinámicas que fueron conformando los diseños curriculares de las licenciaturas en Turismo en las diferentes unidades académicas de las universidades públicas de la Patagonia, nucleadas actualmente en el CPRES Sur. Para ello, no sólo se consideró necesario realizar un análisis documental de la normativa vigente, sino que se indagaron las perspectivas de los gestores universitarios que coordinan los procesos de enseñanza y articulan su desarrollo. Por lo cual las fuentes de información que nutrieron el análisis fueron:

Fuentes secundarias:

- Diseños curriculares de las carreras de Licenciatura en turismo de cada universidad de la Patagonia (Planes de estudio, perfil del graduado, etc.).
- Resoluciones, disposiciones y normativas que regulan las carreras en cada universidad de la Patagonia.

Fuentes primarias:

- Secretarios/as académicos y Decanos/as o Directores/as de carrera de las universidades que ofrecen Licenciaturas en Turismo en la Patagonia. Ó referentes académicos que hayan formado parte del proceso de construcción de los diseños curriculares en cada caso estudiado.

Se realizó un análisis de contenido de las fuentes primarias, técnica basada en la interpretación de diversos tipos de textos relacionados a los fines del estudio considerando: las profesiones de destino a las que se orientan los diseños curriculares, las modalidades de dictado y títulos que se otorgan según los planes de estudios, los ámbitos de actuación de los/as graduados/as, las dinámicas de las prácticas en el campo profesional que ofrecen, entre otros indicadores. Para el procesamiento de la información se utilizó el software ATLAS.ti.

También se aplicaron seis entrevistas en profundidad semiestructuradas, debido a que es una forma especial de encuentro con informantes clave para la investigación, y concebida por Piovani (2007) como una “conversación a la que se recurre con el fin de recolectar determinado tipo de informaciones en el marco de una investigación” (Marradi et al, 2007, p.215), nombrada también como una “forma especial de conversación profesional” (Marradi et al, 2007, p.216). En las mismas se consideraron las siguientes dimensiones de indagación: la génesis de los currículum, los procesos del desarrollo curricular, la gestión del currículum, la articulación teoría-práctica, los ajustes que se consideren necesarios, las experiencias positivas, los desafíos y transformaciones necesarias, las nuevas oportunidades que emergen en el contexto, la relación universidad/sociedad del conocimiento, la inserción del graduado/a, la relación de la universidad con otros actores del Turismo (experiencias concretas), entre otras.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Se analizaron las propuestas curriculares, entendiendo el currículum como un proyecto de prácticas educativas que se encuentra abierto a las definiciones de sus prácticas y a su vez vehiculiza elementos culturales que son consensuados entre los diferentes grupos sociales (Lucarelli, 2004).

Respecto a las propuestas educativas de las universidades públicas que ofrecen Licenciaturas en Turismo en la Patagonia, ellas no se encuentran ajenas a las problemáticas curriculares actuales, en particular cuando se trata de la articulación teoría - práctica, o cómo lo nombra Goodson (1991) entre el currículum escrito y currículum activo. En la mayoría de las propuestas no se explicitan detalladamente la formación en las prácticas propias de la formación de destino, “situación que depende de la naturaleza de la construcción preactiva de los planteamientos y teorías curriculares, así como de la realización interactiva del currículum en el aula” (Goodson, 1991, p. 13).

Por su parte se pudo observar variadas denominaciones de las carreras referidas al campo turístico, aspecto que podría afectar al posicionamiento de la profesión de destino. Siguiendo la lógica que propone Camilloni (2016) en cuanto a la duración de la carrera, se convierten, por su amplitud, en propuestas de duración larga, que además de tener un costo social alto (en cuanto al esfuerzo que implica culminarla), también podría afectar a la inclusión educativa.

Camilloni (2016) menciona que los currículum pueden responder a tres tipos básicos de formación: los currículum predominantemente académicos, los predominantemente

profesionales y, los que son equilibradamente académicos y profesionales. En los diseños analizados se observa una tendencia hacia el primero de los tipos señalados, aunque se presenten algunos espacios que tienen relación con la formación profesional.

Para la fecha propuesta de envío de la ponencia completa se compartirán más resultados debido a que actualmente nos encontramos realizando el análisis de las entrevistas en profundidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Camilloni, A. (2016). Tendencias y formatos en el currículo universitario. *Itinerarios Educativos*, 9(1), 11–26.
- Fernández Lamarra, N. (2007). La Universidad en América Latina y Argentina: problemas y desafíos políticos y de gestión. *Revista Gestão Universitária América Latina - GUAL*, 1 (1), 1-25. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=319327571005>
- Fernández Lamarra, N., Aiello, M., Claverie, J., García, P., Grandoli, M., Perez Centeno, C. (2016). El caso argentino: crecimiento, democratización e innovación en el sistema de educación superior. En A. Didriksson Takayanagi (Coord.), *Innovando y construyendo el futuro. La Universidad de América Latina y el Caribe: estudios de caso* (pp. 9-40). Universidad de Guadalajara.
- González, G. y Claverie, J. (2017). Planeamiento de la educación superior en Argentina: Entre las políticas de regionalización y los procesos de innovación universitaria (1995-2015). *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 25(70). <http://dx.doi.org/10.14507/epaa.25.2804>
- Gibbons, M., Limoges, C. Nowotny, H., Schwartzmann, S., Scott, P. y Trow, M. (1994). *The new production of knowledge. The dynamics of science and research in contemporary societies*, Sage publications.
- Goodson, I. (1991). La construcción social del currículo. Posibilidades y ámbitos de investigación de la historia del curriculum. *Revista de Educación*, 295(1), 7–37. <https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:6d91bb79-2ab0-419b-945e-a68624727d35/re29501-pdf.pdf>
- Ley 24521 de 1995 (1995, 20 de julio). Honorable Congreso de la Nación Argentina. Educación Superior. Boletín Oficial n°28204. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24521-25394>
- Lucarelli, E. (2004) *El eje teoría práctica en cátedras universitarias innovadoras, su incidencia dinamizadora en la estructura didáctico curricular*. [Tesis doctoral, UBA, FFyL].
- Marradi, A., Archenti, N. y Piovani, J. (2007). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Emecé.
- Mena, M. (2017). El camino a la virtualización de las instituciones de formación. En Prince, A; Jolías, L (2017) *Tendencias Tecnológicas*. CICOMRA. <http://cicomra.org.ar/cicomra2/2017/tendencias%20Tecnol%C3%B3gicas.PDF>
- Núñez Jover, J. (2002). *La Ciencia y la Tecnología como procesos sociales*. Ed. Félix Varela.
- Santos, M. (1994). O Retorno do Território. En Santos, M., de Souza, M. y Silveira, M. (coords.), *Território: Globalização e Fragmentação*, (pp.15-20), Hucitec-ANPUR. <https://direito.mppr.mp.br/arquivos/File/TerritorioGlobalizacaoeFragmentacaoMiltonSANTOS.pdf>

- Timón, D. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios turísticos*, 160 (Octubre), 45-68.
- UNESCO. Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI. 9 de octubre de 1998.
- Zanfardini, M., Gutauskas, A. y Diez, R. (2013). *Gestión de la información en turismo*. Educo.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

COMPETENCIAS CLAVE PARA LA FORMACIÓN DE GRADO EN TURISMO SUSTENTABLE DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Wojcik Sandra Lorena.

Universidad Blas Pascal; Facultad Regional Córdoba, Universidad Tecnológica Nacional.

Bermudez Gonzalo

CONICET, Universidad Nacional de Córdoba

INTRODUCCIÓN

En la provincia de Córdoba se reconoce al turismo como una de las principales actividades económicas desde hace varias décadas, concepción que ha ido mutando progresivamente a partir del advenimiento del paradigma de desarrollo sustentable⁹. En consonancia con ello, en los currícula de grado de turismo ha prevalecido una marcada centralidad en la dimensión económica por encima de las demás dimensiones de la sustentabilidad, quedando relegado el enfoque integral, crítico y sistémico (Niding, 2017).

La formación académica con enfoque integral, crítico y sistémico es una condición clave para coadyuvar a resolver problemas contextuales diversos (Rivas Urrego et al., 2020), como por ejemplo una oferta turística muy concentrada en un producto y/o temporada o el uso descontrolado de unos pocos recursos turísticos.

Teniendo en cuenta que en la enseñanza del turismo confluyen múltiples dimensiones de una realidad contextual compleja, en un proceso de retroalimentación teoría –praxis – teoría (Niding, 2017), nos planteamos la pregunta ¿Cuáles son las competencias que los licenciados en turismo de Córdoba necesitan adquirir para contribuir con el desarrollo sustentable regional?

En la búsqueda de la respuesta, nos propusimos aprovechar y articular los recursos disponibles respecto de la formación turística y de la planificación turística provincial, así como reflexionar al respecto, lo cual habilitó los siguientes interrogantes secundarios:

- ¿Cuáles son los lineamientos promovidos por el Plan Estratégico en Turismo Sustentable (PETS) de Córdoba en respuesta a los núcleos problemáticos de la provincia?
- ¿En qué núcleos disciplinares de la formación en turismo y en qué dimensiones del desarrollo sustentable encuadran las líneas de acción propuestas en dicho plan?

Por tanto, el objetivo principal de esta investigación es determinar las competencias prioritarias de los licenciados en turismo de Córdoba para contribuir con el desarrollo sustentable situado en el territorio delimitado en la provincia de Córdoba, a partir del estudio de los documentos mencionados.

⁹ Cabe aclarar que, los términos sustentable y sostenible se usan como sinónimos según dónde se haga referencia al tema. Por ejemplo, en Europa se prefiere utilizar el término sostenible, mientras que en América Latina se emplea más frecuentemente el término sustentable (Larrouyet, 2015).

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La sustentabilidad en las universidades se plantea como un eje educativo transversal traducido como “Responsabilidad Social Universitaria” (Vallaey & Álvarez Rodríguez, 2019), con la finalidad de contribuir con la mejora de la calidad educativa propuesta en el objetivo de desarrollo sostenible (ODS) 4 (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2017). A partir de dicha premisa se refuerza la condición de que las universidades deben permanentemente analizar la información que reciben del entorno, ya que así podrán valorar la identidad y pertinencia de los recursos y mecanismos implementados en sus planes de estudio (Castelluci & Barbini, 2011).

Por otro lado, la Reforma Universitaria de 1918 se constituye en el antecedente que significó asumir el conocimiento como una construcción social sustentado en una identidad institucional. Dicha identidad se refleja en valores que se manifiestan en acciones de gobierno, investigación, extensión y docencia, y, por ende, en los diseños y desarrollos curriculares (Celaya Figueroa, 2015).

Históricamente, las grandes ambivalencias entre los enfoques del currículum de las Licenciaturas en Turismo versan en torno a la formación que éstas ofrecen en relación con las demandas del sector, que prioritariamente implican una marcada orientación hacia la dimensión técnico-profesional que exige el mercado, generando a su vez una gran diversidad de titulaciones (SPU & MT, 2013).

En este sentido, el estado actual de la ciencia en el campo del turismo es una preocupación central, siendo numerosas las investigaciones en torno de si existe o no articulación entre docencia-investigación y transferencia del conocimiento en turismo, en busca de una retroalimentación teoría – empiria que posibilite la producción de conocimiento contextualizado para la mejora de la calidad en la formación en turismo (Niding et al., 2017). Al respecto, Castelucci y Barbini (2011) sostienen que la formación integral del licenciado en turismo requiere del desarrollo de competencias en el campo de la investigación de manera que favorezca la reflexión de los futuros graduados sobre las teorías y prácticas establecidas, ya que en la medida que la formación se limite a la transmisión de información no produce profesionales críticos.

Definir competencias clave en la complejidad del turismo no es una tarea sencilla ya que requiere considerar las particularidades de cada contexto. En Argentina se ha definido que los licenciados en turismo deben “desarrollar competencias lo suficientemente generales para abordar cualquier rama de la actividad independientemente de la especialización, que podrán, y quizás deberán, desarrollar posteriormente” (Secretaría de Políticas Universitarias [SPU] & Ministerio de Turismo de la Nación [MT], 2013: 19), considerando la sustentabilidad como un eje articulador. Asimismo, se plantea el núcleo disciplinar “Turismo y conocimiento científico” como exclusivo de la formación del licenciado, siendo los demás núcleos compartidos por técnicos y licenciados en turismo, con variaciones en los ejes disciplinares (SPU & MT, 2013).

Por tanto, es de destacar en la formación del licenciado en turismo las competencias investigativas, ya que son transversales a otras competencias y propias del ser universitario, de la identidad sociocultural contextual e institucional, y de la dimensión técnico-profesional de los ámbitos laborales y disciplinares involucrados, a la cual se integran los alcances del título universitario (Álvarez et al., 2022).

A su vez, la Agencia Córdoba Turismo (2019) elaboró de manera participativa el PETS-CBA con proyección al 2030, en el que se exponen los grandes núcleos problemáticos y líneas de actuación concebidas como sustentable. Por tanto, dicho documento se

constituye en una fuente de consulta para la actividad académica en la región, en articulación con los lineamientos específicos para la formación académica de los licenciados en turismo, en el marco de la Agenda 2030 y de la responsabilidad social universitaria.

METODOLOGÍA

La metodología de esta investigación es cualitativa y usa métodos exploratorio-descriptivo y documental, enfocado en los marcos regulatorios para la formación académica y profesional específicas del ámbito del turismo sustentable, considerando especialmente los documentos “Lineamientos para la mejora en la formación de los recursos humanos en turismo” (SPU & MT, 2013) y el PETS-CBA (Agencia Córdoba Turismo, 2019). Respecto a este último documento, se analizan las principales necesidades en el ámbito turístico de la Provincia consensuadas de manera participativa, objetivos y líneas de acción propuestas como ideas fuerza, asociándolas con dimensiones del desarrollo sustentable y núcleos disciplinares involucrados.

DISCUSIÓN

Desarrollar competencias vinculadas a la generación de conocimiento científico en turismo requiere de articular la docencia y la investigación, favoreciendo el desarrollo del pensamiento crítico en el abordaje de situaciones reales y complejas del contexto territorial.

Si bien el PETS-CBA no abarca la totalidad de situaciones problemáticas para la consecución del turismo sustentable, es un importante avance en este sentido, teniendo en cuenta que el conocimiento científico del turismo también se nutre de los aprendizajes que aporta otros saberes, el involucramiento y los resultados de determinadas líneas de acción. Dichos aprendizajes se traducen luego en competencias clave para contribuir a resolver las necesidades de la comunidad y transformar en sustentable el medio donde se desarrolla el turismo, cuando incluyan aspectos éticos, culturales, sociales, ambientales y económicos.

Se observa que el PETS-CBA continúa inclinando la balanza hacia la dimensión económica de la actividad, pero considerando aspectos de la sustentabilidad que anteriormente no estaban en la agenda, los que se asocian a una amplia gama de núcleos disciplinares y sus respectivas competencias. Sin embargo, el conocimiento disciplinar se caracteriza por el mantenimiento de tradiciones muy arraigadas que remiten a la noción de *habitus* propuesta por Bourdieu. Desentrañar ese conocimiento implica interpretar, desde distintas perspectivas, las prácticas y la cosmovisión en el campo disciplinar, los cuales son producto y reflejo de los hábitos disciplinares a la luz del paradigma de turismo sustentable (2008, en Niding et al., 2019).

Como cierre, se destaca la educación por competencias como el instrumento idóneo para promover y desarrollar una cultura investigativa que contribuya al desarrollo del turismo sustentable que se aspira en la provincia de Córdoba. Para ello son cruciales, las competencias contextuales e investigativas que requieren de la participación de las áreas de investigación y extensión universitaria para generar pensamiento crítico y emancipador de ideologías fuertemente arraigadas.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Córdoba Turismo (2019). Plan Estratégico de Turismo Sustentable 2020-2030. Córdoba, ACT (SEM). Recuperado de <<https://www.cordobaturismo.gov.ar/plan-estrategico-de-turismo-sustentable/>>

Álvarez, I., Salvador, A. y Cerza, R. (2022). La formación de competencias investigativas en los estudiantes universitarios. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 5(3), 18-23. Recuperado de <<http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/522>>

Castelucci, D. y Barbini, B. (2011). La investigación en la currícula de la Licenciatura en Turismo. *Aportes y Transferencias*, 15(1), 65-82. Recuperado de <<http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1759/1/Apo2011a15v1pp65-82.pdf>>

Celaya Figueroa, R. (2015). *Cono-ciencia. La revolución necesaria en nuestras universidades para dinamizar la construcción de una sociedad mejor*. México: Instituto Tecnológico de Sonora.

Niding, M., Andueza, J., Dos Santos, V. (2017). Campo académico del turismo: articulaciones docencia-investigación. *Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo (CONDET)*, 14(1). Recuperado de <<https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/condet/article/view/1630>>

Niding, M., Andueza, J. y Do Santos, V. (2019). El habitus del campo académico del turismo en Argentina. *Aportes y Transferencias*, 17(1), 9-23. Recuperado de: <<http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3261/1/AT-2019-17-1-niding-et-al.pdf>>

OMT (2017). "Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. Recuperado de <<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/>>

Rivas Urrego, G.; Urrego, A. y Escalona, J. (2020). Paulo Freire y el pensamiento crítico: Palabra y acción en la pedagogía universitaria. *Revista Educare - UPEL-IPB- Segunda Nueva Etapa 2.0*, 24(2), 293-307. <https://doi.org/10.46498/reduipb.v24i2.1331>

SPU y MT (2013). Lineamientos para la mejora de la formación de recursos humanos en Turismo. Portal Educatur. Recuperado de <<http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL005579.pdfEL005579.pdf>>

Vallaes, F. y Álvarez Rodríguez, J. (2019). Hacia una definición latinoamericana de responsabilidad social universitaria. Aproximación a las preferencias conceptuales de los universitarios. *Educación XX1*, 22(1), 93-116, doi: 10.5944/educXX1.19442. Recuperado de <<https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/190342>>

Eje temático N°5: Turismo y Educación

LA VINCULACIÓN ENTRE LOS ALCANCES PROFESIONALES DEL LICENCIADO EN TURISMO Y EL MERCADO LABORAL. CASO DE ESTUDIO: AGENCIAS DE VIAJES

Renzella Luciana Belén.

Instituto de Investigaciones Económicas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

Viletto Priscila.

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas el sector turístico ha generado altos impactos tanto en el desarrollo económico como social como resultado de su gran dinamismo. La potencialidad del sector de generar empleo se debe en gran medida a que la actividad es una de las fuerzas propulsoras del crecimiento económico mundial, pero principalmente la fuente de 1 de cada 11 puestos de trabajo a nivel mundial (WTTC, 2019). En cuanto a la situación en Argentina, los últimos datos brindados por la Cuenta Satélite de Turismo para 2019, denotan que los puestos de trabajo en las industrias características del turismo representaron un 6% del empleo total para el año mencionado (INDEC, 2022).

A su vez, si bien no existen números oficiales al respecto, se conoce por estudios de inserción laboral de diferentes universidades que parte de la población empleada en el sector turístico está conformada por profesionales en turismo (Prado et al, 2022; CONDET, 2020; Renzella, 2020; Benitez, 2014; Dieckow et al., 2017). Actualmente en Argentina existen, en conjunto entre públicas y privadas, 59 Universidades que poseen dentro de su oferta académica de grado la carrera de Licenciatura en Turismo completa. Sin embargo, estos profesionales se encuentran con diversas dificultades al enfrentarse al mercado laboral en turismo. Gran parte no trabajan en el sector, y los que sí desempeñan trabajos dentro del mismo, no ocupan cargos gerenciales para los que han sido formados según los perfiles en cada una de las casas de estudios (Barretto, 2010). Además, parte de los licenciados en turismo han expresado no sentirse preparados para realizar las actividades que se llevan a cabo en las agencias de viajes y, contrariamente, sentirse sobrecalificados para la realización de las mismas (Renzella, 2020).

Pese a que las agencias de viajes se presentan como el sector en el que los licenciados en turismo encuentran su espacio en el mercado laboral turístico (Prado et al, 2022; CONDET, 2020; Renzella, 2020; Benitez, 2014; Dieckow et al., 2017), se denota una discrepancia entre los planes de estudio de las carreras brindadas por las diversas Universidades del país en relación con las ofertas laborales del mercado actual. Esta situación genera que no se aproveche la formación de los profesionales en turismo de la manera correcta por parte de las empresas, generando la presencia de personal en el sector altamente educado (Ladkin, 2011; Marrero Rodríguez, 2015; Riley y Szivas, 2003; como se citó en Marrero Rodríguez et al, 2016) predominando en los niveles operativos y

medios. Todo ello dificulta el desarrollo de la carrera profesional del profesional en turismo (Ladkin, 2006 en Marrero Rodríguez et al, 2016).

Frente a este contexto, la presente investigación tiene como objetivo identificar si las carreras de Licenciatura en Turismo actualmente vigentes en Universidades públicas y privadas de la República Argentina están diseñadas y orientadas a formar profesionales en turismo que puedan insertarse laboralmente en el sector de las agencias de viajes. Para ello, se procederá a identificar los diversos requisitos pretendidos por las agencias de viajes dentro del mercado laboral turístico para luego poder ser contrastados con los alcances de formación planteados por las universidades argentinas tanto de carácter privado como público en cuanto a las carreras de Licenciatura en Turismo.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Varios estudios realizados tanto en el país como en América Latina han evidenciado cual es el principal área de empleo para los profesionales en turismo, en particular para los Licenciados. Para América Latina, encontramos los trabajos de De Souza y Gomes (2010) para Brasil, Guzmán Palacios (2016) para el caso de Ecuador, y Condori Mendoza y Matta Arancibia (2016) con su investigación para Perú, llegan a la conclusión de que una mayoría significativa de sus graduados Licenciados en Turismo se encuentra insertos laboralmente en el ámbito del turismo, especialmente en el sector de las agencias de viajes, con menor presencia en áreas de alimentos y bebidas, aerolíneas, guías turísticos, alojamiento, transporte turístico, y sector público.

En cuanto a estudios a nivel nacional que han analizado la inserción profesional de los graduados en turismo, se puede mencionar a Brondani, Lansse y Dieckow (2014) de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM) quienes se enfocaron en el mercado laboral de profesionales en turismo en la provincia de Misiones, aplicando encuestas a estudiantes de Guía en Turismo y Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Misiones y la Universidad Gastón Dachary, y a graduados matriculados en el Colegio de Profesionales de Turismo de Misiones. Benítez (2014), por su parte, investigó la inserción laboral de los graduados en turismo de la Universidad Nacional del Sur en el mercado de agencias de viajes en Bahía Blanca, provincia de Buenos Aires. Siguiendo, Nieto (2017), analizó las experiencias laborales de los graduados de la licenciatura en turismo de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (Comodoro Rivadavia). En la misma línea, Renzella (2020) realizó un estudio sobre la inserción laboral de los graduados de la licenciatura en turismo en la Universidad Nacional de La Plata. Por último, Prado et al (2022) indagan la situación laboral de los graduados en turismo de diversas universidades argentinas públicas y privadas. En su mayoría, todos los estudios coinciden en que la principal actividad en la que se desempeñan los Licenciados en Turismo es el sector de agencias de viajes. El resto de los encuestados se encuentra inserto laboralmente en docencia, investigación o gestión educativa del turismo, sector público, guía de turismo, y en menor medida en áreas como transporte de pasajeros, tecnología y servicios digitales, gastronomía, recreación, consultoría y MICE, entre otros.

Sin embargo, más allá de la abundante evidencia de que las agencias de viajes son aquel sector donde el Licenciado en Turismo encuentra su inserción en el mercado laboral, parte estos profesionales han expresado que no se encuentran preparados para desempeñarse laboralmente en las tareas que comprenden las agencias de viajes, y que deben profundizar sus conocimientos en diversas cuestiones vinculadas a las tareas a realizar,

tales como el manejo de sistemas específicos, por fuera de la Universidad. De este modo, determinan que, por un lado, la capacitación que han recibido durante su formación universitaria es escasa para poder desarrollar las tareas del sector en los empleos ofrecidos y que, por otro lado, se encuentran sobre calificados para el trabajo de agente de viajes (Renzella, 2020).

Así, el Licenciado en Turismo, al recibirse y enfrentar sus primeros pasos en su vida laboral profesional se encuentra con un panorama un poco desfavorable: muchos conocimientos generales, pero poco profundos (Gómez Nieves, 2005 en Barreto, 2010) y en ocasiones sin conocer su propia profesión (Barreto, 2010; Teixeira, 2001; Mota, 2004; Lobo, 2008; Panosso y Trigo, 2010 en Renzella, 2020).

METODOLOGÍA

Para la consecución del objetivo de la presente investigación, en primera instancia se llevará a cabo una revisión bibliográfica por medio de fuentes académicas, seleccionando autores con pertenencia institucional académica con temas vinculados a la inserción profesional de los Licenciados en Turismo, a fin de indagar antecedentes académicos acerca de la temática central del trabajo.

En segundo lugar, se procederá a realizar una revisión de las Resoluciones Ministeriales (RM) de cada una de las Universidades argentinas en las que se dicta la Licenciatura en Turismo, con el fin de recopilar y reconocer los alcances que cada una determina para sus graduados.

En tercer lugar, se realizará un relevamiento y revisión de anuncios publicados de manera online en portales de trabajo en Argentina. Serán seleccionados los portales de trabajo de LinkedIn, Bumeran, Computrabajo y Zonajobs. Se considerarán las variables de puesto, modalidad, jornada laboral, requisitos, beneficios ofrecidos por la vacante y tareas a desempeñar.

En cuarto y último lugar, se tomarán los datos obtenidos de dicho relevamiento de puestos laborales ofrecidos. Se realizará una comparación con los alcances presentes en las Resoluciones Ministeriales de las carreras de Licenciaturas en Turismo dictadas en el país, persiguiendo la posibilidad de poder establecer puntos en común o discrepancias en su vinculación.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Existen diversos factores que intervienen en la inserción laboral del Licenciado en Turismo, a saber: a) diferentes orientaciones en cada una de las carreras de Licenciatura en Turismo en el país, generando que no se alcance una formación específica que otorgue una ventaja competitiva en relación a carreras de otras áreas (Renzella, 2020); b) la existencia de una falta de sintonía entre lo que se enseña en las carreras de turismo y las necesidades del sector en parte ocasionada por la ausencia de datos estadísticos necesarios para planificar la adecuación del perfil profesional a los requerimientos que el mercado laboral demanda (Biasone, 1996); c) el reciente proceso de profesionalización del profesional en turismo, que se encuentra aún en un estado de conformación y constante cambio, por lo que aún no se ha consolidado el reconocimiento de los licenciados y/o

técnicos en turismo desde el nivel académico ni tampoco el profesional (Tottino y Catalano, 2015).

En base a ello, se buscará determinar a partir de las necesidades del mercado laboral, la posible inclusión de alcances de los profesionales en turismo que sean coincidentes con la realidad presente en el sector turístico, en especial con el subsector de agencias de viajes. Se pretende que los resultados y conclusiones de la presente investigación sean un aporte para la comprensión en mayor profundidad de la vinculación entre el perfil del Licenciado en Turismo y los conocimientos adquiridos por los mismos durante su formación universitaria en contraste con los requerimientos del mercado laboral turístico referido a las vacantes disponibles ofertadas en agencias de viajes. De esta manera se busca contribuir al conocimiento de la profesión del Licenciado y a una mejor comprensión de sus habilidades por parte del mercado laboral.

BIBLIOGRAFÍA

Asensio, M. M. (2008). El rol del licenciado en turismo en Argentina. Caso: Universidad Nacional de Mar del Plata. *Turismo e Sociedade*, 1(1), 28-42.

Barreto, M. (2010) Políticas educativas para el desarrollo del turismo. Reflexiones y propuestas. Publicado en: CONDET “Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo”, Vol. 8, pp. 49-69. Recuperado de: <http://www.condet.edu.ar/cndt/revistas/Condet%208.pdf>

Benítez, G. (2014) Tesina de Grado: “La Inserción Laboral de los graduados en Turismo de la Universidad Nacional del Sur en el mercado laboral de Agencias de Viajes en Bahía Blanca”. Recuperado a partir de: <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/3303>

Biasone, A. M. (1996). Diagnóstico preliminar de la inserción laboral del graduado universitario en turismo en el Mercosur. *FACES*, 2(3), 9-28. ISSN 0328-4050

Brondani, N. A., Lansse, E. A. y Dieckow, L. M. (2014). El Mercado Laboral de profesionales en Turismo en Misiones. Universidad Nacional de Misiones. *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 12(1), 12-24.

Condori Mendoza, E. J; Matta Arancibia, J. M. (2016) Tesis de Grado: “Inserción laboral de los egresados de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa 2015” Recuperado a partir de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/3658>

De Souza, T.; Gomes, C. (2010). Inserción Profesional de los Licenciados en Turismo. El caso de la Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil) entre 2005 y 2007. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(6), pp.1105-1120.

Guzmán Palacios, J. C. (2016) Tesis de Grado: “Proceso de formación e inserción laboral de los profesionales en turismo de la Universidad del Azuay de la cohorte de 2003 y su influencia en la economía del Azuay” Recuperado a partir de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/5824>

INDEC (2022). Informes técnicos. Vol. 6, n° 18. Cuentas nacionales. Vol. 6, n° 3. Cuenta satélite de turismo de la Argentina Años 2004 y 2016-2019. ISSN 2545-6695. Disponible en:

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/documentos/download/61fad7e475abe809073943.pdf>

Marrero Rodríguez, J. R., Rodríguez González, P., y Ramos-Henríquez, J. M. (2016). La flexibilidad laboral en el sector turístico: Un análisis a partir de las ofertas de empleo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(2), 143-163.

Nieto, C.I (2017). *Licenciados en Turismo de la UNPSB: Su experiencia laboral luego de graduarse* (Tesis de grado. Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco). Disponible en: <http://sistema.biblio.unp.edu.ar/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=96606>

Prado, L; Renzella, L. B.; Piccolomini, E.; Beber, A. C.; Siri, M. (2022). Situación de los graduados en turismo: inserción laboral, competencias y alcances del profesional. En *CONDET X Simposio Internacional y XVI Jornadas de Investigación: Acción en Turismo: CONDET 2022 : libro de resúmenes / compilación de Daniela Castellucci [et al.]*. - 1a ed. - Mar del Plata : Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, 2022.

Renzella, L. B. (2020). *Inserción laboral de los graduados de la Licenciatura en Turismo* (Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata). Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/90564>

Tottino, L. y Catalano, B. (2015). *El empleo y la profesionalización del turismo, una relación en tensión*. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

World Travel and Tourism Council (WTTC, 2019). *Benchmarking research trends 2019*. Disponible en: <https://www.wttc.org/>

Eje temático N°5: Turismo y Educación

RELATO DE EXPERIÊNCIA: A INICIAÇÃO CIENTÍFICA DURANTE A GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

Reis da Silva Natalya, Martins Ghirotti Gabryela.

Instituto Federal de São Paulo.

Ribeiro de Oliveira Rodrigo.

Instituto Federal de São Paulo e Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Soares dos Santos Batista Sueli.

Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza

INTRODUÇÃO

A Iniciação Científica (IC) é um processo que engloba todas as experiências vivenciadas pelo estudante com o intuito de promover o seu envolvimento com a pesquisa e, logo, promover a sua formação científica. Na graduação, a IC se refere ao desenvolvimento de um projeto de pesquisa, realizado sob orientação de um docente da universidade, com ou sem bolsa para os estudantes (MASSI; QUEIROZ, 2015).

Com as atividades propostas na IC, o estudante desenvolve habilidades orais, escritas, de planejamento, avaliações escolares e aprende a encontrar soluções efetivas para os problemas que emergem durante a prática docente (MELO; LYRA, 2020). Hodiernamente, é de conhecimento dos profissionais e acadêmicos que a qualidade da graduação é diretamente proporcional à geração e domínio do conhecimento científico adquirido pelo estudante durante a sua formação, sendo a universidade a base para o recrutamento e descobrimento de talentos para a inovação tecnológica (PIROLA et al., 2020).

As considerações supracitadas justificam a importância e a necessidade de se investigar o aprendizado e o desenvolvimento de alunos que experienciaram a oportunidade de desenvolver uma IC e, assim, averiguar as contribuições desse processo na vida dos estudantes. Diante disso, este trabalho tem como situação-problema identificar os impactos da Iniciação Científica para duas estudantes de Gestão de Turismo, englobando a repercussão para estas enquanto estudantes de graduação, estudantes de turismo, cidadãos e futuras profissionais, bem como os efeitos para a sociedade.

Destarte, esse relato de experiência teve por objetivo descrever as vivências de bolsistas de Iniciação Científica, vinculadas a projetos aprovados com bolsa de pesquisa, intitulados “Entendendo a economia do compartilhamento: uma análise das dimensões da qualidade dos serviços da BlaBlaCar, a partir da percepção dos seus usuários” (estudante A) e “O processo logístico nos serviços turísticos de aventura: uma análise das dimensões da qualidade do serviço a partir da percepção dos turistas” (estudante B).

QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA

A função central da IC é introduzir o estudante de ensino médio e graduação ao método científico. Ou seja, fazê-lo conhecer todas as etapas do processo de pesquisa – desde a primeira ideia para um trabalho de Iniciação Científica, até aos detalhes finais de divulgação dos resultados obtidos – e torná-lo um indivíduo com pensamento mais crítico, uma vez que permite a imersão do estudante no meio científico acadêmico (SILVA, 2012).

A inserção dos estudantes em projetos de pesquisa contribui no processo educacional, inclusive, no favorecimento das relações interpessoais e interdisciplinares. Também promove a obtenção de novos conhecimentos e aprendizados científicos, que excedem o da graduação, refletindo na vida profissional futura (SOBRAL; SANTOS; TORALES, 2016).

Segundo Segismundo, Borges, Borges e Castanho (2021), “para se alcançar progresso científico, deve-se estimular a educação com as pesquisas, visto que são de extrema relevância para o desenvolvimento progressivo de qualquer comunidade”. Evidencia-se, portanto, a necessidade de programas que incentivem a Iniciação Científica, pois é o caminho introdutório para os estudantes se aproximarem ao meio técnico-informacional – despertando o interesse e potencial em aptidão pela pesquisa científica.

Dentre as principais características do conhecimento científico estão: a estruturação – é construído por um conjunto de ideias; a verificabilidade – determinada ideia deve ser comprovada sob a perspectiva da ciência; e ser falível – não é definitivo, pois determinada ideia pode ser substituída por outra (PEREIRA, et al., 2018). É importante que o conhecimento seja construído a partir de uma atitude sistemática de pesquisa, que se concretiza em seus procedimentos técnico-científicos (SOARES; SEVERINO, 2018).

A partir da identificação do valor atribuído à elaboração do conhecimento científico, mostra-se necessário o entendimento sobre as possibilidades de estruturação dos saberes acadêmicos, como o relato de experiência (RE) – trata-se da expressão escrita de vivências, capaz de contribuir na produção de conhecimentos de diversas temáticas, isso por meio do esforço acadêmico-científico explicativo com a aplicação crítica-reflexiva em meio à base teórica-metodológica (MUSSI; FLORES; ALMEIDA, 2021).

O relato de experiência, como um gênero textual e discursivo, pressupõe uma dialética, e a visão do relato configura uma empatia profissional, reconhecimento de classe e de terapia coletiva – tendo o olhar de quem está na experiência como indispensável para a contribuição na resolução de problemas sólidos e consistentes, em uma sociedade que vive em constante transformação (PEREIRA JÚNIOR; LEMES, 2020).

O RE é um estudo de natureza qualitativa que se caracteriza por uma multiplicidade de opções teóricas e metodológicas e valoriza a explicitação descritiva, interpretativa e compreensiva de fenômenos, delimitada em um tempo histórico, a partir da experiência como seu objeto de análise – a qual é uma fonte interminável de sentidos e possibilidades passíveis de análises, havendo inúmeras perspectivas de narrativas (DALTRO; FARIA, 2019).

Contudo, apesar de a pesquisa científica estar cada vez mais reconhecida com uma importante atividade para a inovação, os pesquisadores encontram diversos desafios relacionados à escassez de recursos; à burocracia excessiva; à falta de uma equipe de apoio para captação de recursos ou gestão dos projetos; sobrecarga dos pesquisadores

que atuam, simultaneamente, com atividades de ensino e extensão; infraestrutura deficitária; baixa interação dos pesquisadores com outras instituições para o desenvolvimento de parcerias e a dificuldade de atender a demandas da sociedade (SOUZA et al., 2020).

METODOLOGIA

O presente artigo investiga o contexto acadêmico e científico, em nível de graduação, de duas bolsistas que estavam no segundo ano do curso superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP) – câmpus São Paulo (em 2021, hoje egressas). As quais desenvolveram pesquisas que tiveram seus projetos previamente aprovados pela instituição.

Esses projetos foram, inicialmente, inscritos para o Edital nº SPO.038, de 5 de outubro de 2020, e aprovados para serem desenvolvidos em 2021, os quais tiveram como principais atividades: o estudo sobre a pesquisa científica e a sua construção; estudo dos materiais e conteúdos bibliográficos; determinação do perímetro de investigação; coleta, análise de dados e conclusão; entrega de relatórios; submissão e apresentação nos eventos científicos; submissão nas revistas; desenvolvimento de um novo projeto para o ano seguinte (2022); e apresentação dos resultados no Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo (GEPTUR) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP) – câmpus São Paulo.

Após o período decorrido durante o processo de IC, as estudantes compartilharam os seus aprendizados e experiências no Grupo de Estudos e Pesquisas em Turismo (GEPTUR), composto por docentes e estudantes pesquisadores que estudam diferentes linhas de pesquisa, sendo “Gestão” uma temática transversal. A apresentação ocorreu no dia 21 de janeiro de 2022, às 16 horas, teve duração de aproximadamente 1h30min e foi gravada sob o consentimento dos participantes.

Isso posto e de forma a identificar os impactos da Iniciação Científica, este relato de experiência se dá por meio de uma exposição reflexiva e análise qualitativa das falas apresentadas pelas estudantes no GEPTUR, mediante a disponibilização da gravação. As falas das estudantes foram transcritas e, para interpretá-las, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, a qual é dividida em três partes.

A primeira é a pré-análise, fase em que há organização dos materiais – transcrição das falas; a segunda é a exploração do material – codificação e categorização dos dados em três tópicos, separados de acordo com o conteúdo; e a terceira é o tratamento e a interpretação dos dados – desenvolvimento da discussão e resultados (BARDIN, 1995).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O discurso das estudantes foi ajustado de forma a preservar a semântica original da enunciação, e a categorização das falas englobou três tópicos selecionados com base nos assuntos mencionados na apresentação: etapas e desenvolvimento de uma pesquisa científica, resultados alcançados e potenciais caminhos.

Em síntese, quanto ao primeiro tópico, as estudantes destacaram que as orientações síncronas e assíncronas nortearam todo o desenvolvimento da pesquisa e foram de fundamental influência para o cumprimento do cronograma estabelecido no início das atividades, o qual incluía não apenas a produção dos trabalhos, mas também a apresentação dos resultados em eventos científicos, para estudantes de turismo e no

GEPTUR. Não obstante, em virtude do contexto pandêmico e das contingências e mudanças causadas por esse cenário, as pesquisas tomaram um novo rumo – isso por inviabilizar algumas atividades previstas no plano original.

Sobre o segundo tópico, resumindo os resultados alcançados, destacam-se: os trabalhos da estudante A foram publicados e apresentados no XXIV Seminários em Administração (SemeAD, 2021) e indicado para publicação via *fast-track*, XXV Seminários em Administração (SemeAD, 2022), no XIX Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 2022 (ANPTUR), no *Tourism and Hospitality International Journal* (THIJ, 2021), *Revista de Administração da UNIMEP* (RAU, 2022), no *Brazilian Journal of Production Engineering* (BJPE) e em um capítulo de livro pela Atena Editora.

Já as produções da estudante B foram publicadas e apresentadas no Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP, 2021) e no XXVIII Simpósio de Engenharia de Produção (SIMPEP, 2021). Ambas as estudantes apresentaram os seus trabalhos no XII Congresso de Inovação, Ciência e Tecnologia do IFSP (CONICT, 2021), no VI Encontro de Iniciação Científica e Pós-Graduação do câmpus São Paulo (EICPOG, 2021), no XXV Seminários em Administração (SemeAD, 2022), no XIX Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 2022 (ANPTUR), no *Brazilian Journal of Production Engineering* (BJPE), *Revista da Faculdade de Administração e Economia* (ReFAE) e na *Revista Hospitalidade*.

Além disso, ao longo dos anos seguintes, os trabalhos desenvolvidos alcançaram ainda mais resultados: as pesquisadoras foram convidadas a apresentar um relato de experiência na 14ª Semana de Ciência, Educação e Tecnologia do Câmpus São Paulo (IFSP), em 2022; o artigo com temática sobre os desafios enfrentados pelas operadoras de ciclovigagem foi indicado para publicação *fast-track* pela ANPTUR, o qual foi aceito para publicação pela *Revista Eletrônica de Administração e Turismo* (ReAT), em 2023; e esse mesmo trabalho foi aceito para publicação e apresentação no 4º Encontro para o Desenvolvimento do Cicloturismo, em João Pessoa (PB) (2023).

Quanto ao último tópico, potenciais caminhos, as bolsistas evidenciaram interesse em três áreas: no âmbito da pesquisa, continuar estudando temáticas e publicando os resultados; na academia, lecionar; e no mercado, a aplicabilidade dos aprendizados na Iniciação Científica no cotidiano de uma empresa, como evidencia a fala da estudante B: “pensando em nós, como futuras gestoras turismólogas, temos o aprendizado de lidar com os dados [...] temos um olhar crítico para analisar os dados e utilizar os resultados a nosso favor, para contribuir com o turismo”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para as bolsistas, enquanto estudantes do curso de Gestão em Turismo, pode-se destacar as contribuições da Iniciação Científica para o desenvolvimento de: atividades e trabalhos acadêmicos; habilidades para apresentações orais; pensamento crítico e reflexivo; protagonismo e proatividade; relacionamentos com outros pesquisadores – trocas de conhecimento; e de domínio dos processos da pesquisa. Esses fatores tornam a formação acadêmica mais rica e proveitosa, uma vez que os estudantes têm a oportunidade de participarem concomitantemente aos estudos, complementando os aprendizados.

Conforme apontado na seção dos resultados e discussões, pode-se inferir que a experiência vivenciada pelas estudantes na IC foi significativa, e isso pode ser analisado a partir de três perspectivas: conceitual, o que envolve toda a pesquisa e aprofundamento na temática dos projetos, bem como conhecer termos técnicos da pesquisa científica;

procedimental, o qual se refere à habilidade de desenvolver, minuciosamente, todas as etapas da pesquisa, ao processo de submissão e apresentação dos trabalhos nos eventos, também à técnica de coleta, sistematização e análise dos dados; e atitudinal, que é o aprender a ser uma pesquisadora, o que, por sua vez, auxilia em diversas áreas de atuação – pesquisa, academia e mercado de trabalho –, bem como ajuda a ter um olhar mais crítico para as informações, tanto na vida pessoal, acadêmica quanto profissional.

Por fim, este artigo apresenta relevância tecnológica-social à medida que explana os impactos da Iniciação Científica na vida acadêmica, sobretudo, para estudantes de graduação em turismo, corroborando para o fomento de conteúdo científico da área, o incentivo da pesquisa científica e da formação de novos pesquisadores e para a valorização da Ciência.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. Análise de conteúdo. 1. ed. Lisboa, 1995.

DALTRO, M. R.; FARIA, A. A. Relato de experiência: Uma narrativa científica na pós-modernidade. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, v. 19, n. 1, 2019.

MASSI, L.; QUEIROZ, S. L. (ORG). Iniciação científica: aspectos históricos, organizacionais e formativos da atividade no ensino superior brasileiro. São Paulo: Editora UNESP, 2015

MELO, N. C.; LYRA, K. A. P. A importância do PIBID e do PIBIC: uma reflexão sobre programas de formação docente. *Iniciação Científica CESUMAR*, v. 22, n. 1, 2020, p. 133-139.

MUSSI, R. F. F.; FLORES, F. F.; ALMEIDA, C. B. (2021). Pressupostos para a elaboração de relato de experiência como conhecimento científico. *Revista Práxis Educacional*, v. 17, n. 48, 2021, p. 60-77.

PEREIRA, A. S.; SHITSUKA, D. M.; PARREIRA, F. J.; SHITSUKA, R. Metodologia da pesquisa científica (caderno). Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2018.

PEREIRA JÚNIOR, R. G.; LEMES, H. C. D. (2020). A importância do relato de experiência docente na retratação do cotidiano escolar. *Cadernos de Educação Básica*, v. 5, n. 2, 2020.

PIROLA, S. B. F. B.; PADILHA, F. D.; DI MAURO, J. M. B.; GABRIEL, S. A.; PIROLA, L. H. F. B. A importância da Iniciação Científica na graduação de medicina. *Revista Corpus Hippocraticum*, v. 1, n. 1, 2020.

SILVA, L. F. F. Iniciação científica – contexto e aspectos práticos. *Revista de Medicina*, v. 91, n. 2, 2012, p. 128-136.

SOARES, M.; SEVERINO, A. J. A prática da pesquisa no ensino superior: conhecimento pertencente na formação humana. *Avaliação, Campinas*, v. 23, n. 2, 2018, p. 372-390.

SOBRAL, H. C. F.; SANTOS, I. H. F.; TORALES, A. P. B. Relato de Experiência: a Iniciação Científica na vida acadêmica experiência acadêmica. Encontro Internacional de Formação de Professores e Fórum Permanente de Inovação Educacional, v. 9, n. 9, 2016.

SEGISMUNDO, M. D.; BORGES, L. A. F.; BORGES, M. A.; CASTANHO, R. B. Relato de experiência sobre atividades de iniciação científica na graduação. Brazilian Journal of Development, v. 7, n. 9, 2021. p. 88936-88953.

SOUZA, D. L.; ZAMBALDE, A. L.; MESQUITA, D. L.; SOUZA, T. A.; SILVA, N. L. C. A perspectiva dos pesquisadores sobre os desafios da pesquisa no Brasil. Educação e Pesquisa, v. 46, 2020.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

EXPERIENCIAS DOCENTE Y/O EXTENSIÓN

BUENAS PRÁCTICAS DOCENTES EN FORMACIÓN PROFESIONAL: FORMAR PARA EL MUNDO DEL TRABAJO. DESAFÍOS Y PRÁCTICAS

Efron Graciela, Ojeda Verónica, Pallante Cecilia.

Escuela de Hotelería y Gastronomía, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata

Palabras clave: Formación Profesional - Formación para el Trabajo – Enseñanza situacional - Práctica reflexiva

RESUMEN

En un mundo en constante cambio, a partir de las dinámicas demandas de los mercados, nos preguntamos acerca de las destrezas, conocimientos y habilidades que necesitan los profesionales del turismo para insertarse laboralmente hoy en día y en el futuro inmediato, lo que lleva a reflexionar sobre las necesidades de formación de los futuros profesionales. Compartiremos nuestra experiencia de más de 15 años, en el ámbito de la formación profesional en su doble conceptualización, por un lado, la formación y actualización de los profesionales del área del turismo, en nuestro caso particular la formación en las áreas de la hotelería y gastronomía, entendidas como partes integrantes y constitutivas del Turismo. Por otro lado, la consideración de la formación profesional como modalidad de la Educación técnico-profesional (ETP) del Sistema Educativo Argentino. Modalidad que abarca, articula e integra los diversos tipos de instituciones y programas de Educación por y para el trabajo. El sistema educativo nacional argentino (Ley de Educación Nacional N° 26.206) comprende 4 niveles: Educación Inicial, Primaria, Secundaria y Superior, y ocho modalidades. La ETP es una de ellas, junto con Educación Artística; Especial; Permanente de Jóvenes y Adultos; Rural; Intercultural Bilingüe; en Contextos de Privación de Libertad; y Domiciliaria y Hospitalaria.

Según la Ley N° 26.058, la ETP tiene ámbito en tres niveles educativos: Secundaria Técnica, Superior Técnica (no universitaria) y Formación Profesional. El ámbito de la Formación Profesional (FP) se organiza según el tipo de propósito formativo y la forma de acceso: Capacitación Laboral- Formación Profesional Inicial -organizada en tres niveles de certificación; y Formación Profesional Continua. Los centros donde se dicta FP ofrecen formaciones para el trabajo, en general de corto plazo, así como trayectorias de especialización y actualización de conocimientos y capacidades, tanto de las distintas trayectorias de la ETP como de los niveles superiores de la educación formal – Ley de ETP N° 26.058/05 (artículo 19) (<https://www.inet.edu.ar/index.php/institucional/la-educacion-tecnico-profesional-en-argentina/>)

En nuestro caso, abordaremos la formación de futuros o actuales profesionales del

Turismo, la Hotelería y la Gastronomía, desde nuestra experiencia como docentes de la Escuela de Hotelería y Gastronomía, DIEGEP 1560, institución con 44 años de trayectoria, pionera en la formación de profesionales en el rubro hotelero gastronómico del país. En la Escuela de Hotelería y Gastronomía el proyecto educativo aspira a ser un puente entre la Institución y la Comunidad, ya que la capacitación en el sector contempla una especial dedicación en la formación de los perfiles profesionales necesarios que permitan lograr una inserción laboral adulta. (Proyecto Institucional EHYG).

La Formación Técnico Profesional debe responder a las necesidades reales de los sectores productivos y del mundo del trabajo en las distintas regiones y localidades de la provincia. En atención a ello la EHYG, con sede en la ciudad de Mar del Plata trabaja en la capacitación, formación y/o actualización profesional para la actividad Gastronómica, Hotelera y Turística, uno de los ejes centrales del desarrollo de la región. Sumando ahora a esa formación, la necesaria adecuación a las exigencias que implica la nueva normalidad post-pandémica, y los nuevos requerimientos en orden a la sustentabilidad y cuidados del medio ambiente, requieren contar con recursos humanos debidamente capacitados en las realizaciones de su tarea profesional, en sus distintas especialidades, a fin de poder lograr una inserción laboral eficaz y afrontar con éxito los nuevos desafíos.

La actividad hotelero-gastronómica está en condiciones de incorporar rápidamente al mundo del trabajo a jóvenes egresados de una escuela de formación profesional, hecho éste fácilmente comprobable dada la innumerable cantidad de pedidos de personal que diariamente recibimos en la Escuela. Estos pedidos proceden de establecimientos hoteleros y/o gastronómicos, organizadores de eventos, instituciones (sindicatos, ONG, fundaciones, colectividades) y/o particulares con necesidad de profesionales del área. (Proyecto Institucional EHYG)

La fuerte articulación entre las instituciones educativas de formación técnico-profesional y los ámbitos laborales facilitan la toma de decisiones a nivel curricular y desde la práctica docente de modo que se puedan retroalimentar entre sí; es decir formamos para el trabajo y traemos el mundo del trabajo a la institución educativa desde dos lógicas. Por un lado, desde las prácticas profesionalizantes en las cuales los estudiantes desarrollan su profesionalización desde la acción (Barbier, 1999). Por otro lado, desde la cotidianeidad del aula, diseñamos experiencias de aprendizaje que sean significativas y que les permitan a los estudiantes no sólo adquirir las habilidades y conocimientos que comunidad y mercado laboral demandan, sino también, **que logren ser capaces de usar, movilizar, transferir, los conocimientos y recursos para resolver situaciones en su desempeño profesional y/o de buscar y gestionar el conocimiento para resolverlas**, haciendo hincapié en la modalidad de “aprender haciendo”, que caracteriza a la educación técnica. Aprender haciendo de y en la experiencia, promoviendo la reflexión en la acción que permita generar el conocimiento en el hacer.

En consonancia con el World Economic Forum y con autores como Anahí Mastache (2007), la resolución de problemas, el trabajo colaborativo y la adaptabilidad integran las destrezas prioritarias a ser desarrolladas por nuestros estudiantes.

CONCLUSIONES

En la coyuntura actual, en la cual tanto el conocimiento como los cambios de las demandas del mercado se producen de manera muy dinámica, nos encontramos frente a fuertes desafíos. Por un lado, los estudiantes se ven obligados a aprender, reaprender e incluso desaprender rápidamente para poder insertarse en el mundo socio-productivo cada vez más demandante. Por otro lado, los docentes también debemos aprender, desaprender

y reaprender conocimientos que en muchos casos responden a nuevos paradigmas epistemológicos y científicos desde los campos disciplinares específicos y desde las nuevas miradas en educación. Los contextos socioproductivos y empresariales también se ven interpelados frente a los cambios vertiginosos de los mercados y de las necesidades tanto de las personas técnicamente competentes como de las instituciones de Formación Técnico Profesional. Para intentar no quedar retrasados ante la vertiginosidad de los cambios debemos formar profesionales reflexivos capaces de seguir aprendiendo de y en su propia práctica, como estrategia de autoformación permanente, convirtiéndola en una praxis reflexiva. Del mismo modo que Schön (1992) aboga por la praxis reflexiva como proceso crucial para mejorar la práctica docente, ya que fomenta la reflexión crítica y la mejora continua desarrollando la capacidad de adaptarse a las necesidades cambiantes de los estudiantes y de ofrecer una educación de mayor calidad, así también creemos que la práctica reflexiva permite al futuro profesional del Turismo **la construcción de conocimientos a través de la solución de problemas que encuentra en su quehacer; retomando la propia experiencia como objeto de reflexión y de análisis constituyéndose en vía privilegiada para mejorar la práctica.**

Eje temático N°5: Turismo y Educación

HACIA LA INTEGRACIÓN DE DOCENCIA Y EXTENSIÓN EN INGLÉS PARA TURISMO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS (FCH) DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (UNICEN)

Gandur Analía Mariela, Blanchiman Mayra Giselle y Holgado Rocío.

Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Este trabajo presenta experiencias desarrolladas en Docencia y Extensión en Inglés para Turismo en la Facultad de Ciencias Humanas (FCH) de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN). La propuesta pedagógica articula tres niveles ubicados en 2do, 3er y 4to año de la Licenciatura en Turismo. Su objetivo es que los estudiantes adquieran conocimientos que, sumados al desarrollo de determinadas destrezas, posibiliten la comunicación oral y escrita utilizando contenidos específicos de la carrera. Combina diferentes enfoques: Inglés para Fines Específicos, Enseñanza Basada en Contenidos y Teoría del Género. Respectivamente implican, por un lado, una enseñanza de variedades especializadas de inglés orientadas a hablantes de inglés no nativos en escenarios académicos y profesionales. Por otro lado, una selección de información que resulte relevante al estudiante en función de los contenidos de la carrera, que fortalece la motivación e incentiva un aprendizaje más efectivo de una lengua; una enseñanza basada en conocimientos y experiencias previas del estudiante en relación con el idioma, la carrera, y su contexto educativo; y la enseñanza contextualizada de la lengua para que el estudiante concientice las características del discurso del medio en que lo utilizará materializando interacciones sociales efectivas. Finalmente, implica unas formas de discurso determinadas que comparten una misma estructura, estilo, contenidos y audiencia, usados por una comunidad discursiva particular para obtener ciertos objetivos comunicativos mediante actividades socio-retóricas. Asimismo, se promueve la autonomía en el aprendizaje, que implica unas actitudes, comportamientos y prácticas, en clase y extra clase, tendientes a mejorar la calidad del proceso de aprendizaje. Así, el enfoque se concentra en: los recursos y la tecnología (la interacción independiente con los materiales de aprendizaje y las tecnologías educativas), el estudiante (la producción directa de cambios psicológicos y de comportamiento del estudiante) y la clase (la participación colaborativa de los estudiantes).

En líneas generales, la enseñanza del idioma se aborda mediante la metodología de taller y la evaluación, formativa y continua, se realiza a partir del proceso de elaboración de las producciones orales y escritas de los estudiantes, pues de este modo el estudiante adquiere aprendizajes significativos durante el proceso. El material teórico práctico es específico del área, compilado a partir de diferentes fuentes impresas y digitales. Respecto de los recursos, se utilizan aulas, un laboratorio de idiomas y el aula virtual Moodle institucional para el desarrollo integral de la lectoescritura y la oralidad y una efectiva comunicación entre docentes y estudiantes, y estudiantes entre sí.

Los estudiantes que comienzan el Nivel 1 de Inglés provienen mayormente de diferentes localidades de la provincia de Buenos Aires. Poseen niveles de conocimiento del idioma muy heterogéneos que van desde A1 -elemental- o menor, a C1 -avanzado-

según el Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas: aprendizaje, enseñanza, evaluación (MCERL). A esta heterogeneidad se suma la falta de articulación entre la escuela media y la universidad, aspecto que afecta a todas las áreas de conocimiento, especialmente a la de lenguas extranjeras. En este sentido, el equipo docente ha trabajado en una mejora de la propuesta que redunde positivamente en los futuros profesionales, como ya se ha descrito en CONDET 2019. Habiendo cristalizado algunas de las propuestas de mejora consideradas en 2019, al momento el equipo enlaza la docencia con una propuesta de Extensión y Transferencia destinada a prestadores de servicios turísticos de Tandil, así como también con una propuesta de investigación que indagará sobre las necesidades de idioma inglés en ámbitos de turismo local.

Uno de los aspectos relevantes sobre las actividades de docencia durante 2019-2020 fue la adecuación de los programas de Inglés para Turismo al MCERL con el objetivo de internacionalizar la enseñanza. El MCERL es esencial en el proyecto general de política lingüística del Consejo de Europa para aunar criterios en enseñanza, aprendizaje y evaluación de lenguas. Es un protocolo internacional para medir la comprensión y la expresión escrita y oral en una lengua. Describe una serie de niveles para todas las lenguas a partir de las competencias lingüísticas de los hablantes y permite comparar distintos cursos y títulos emitidos por entidades educativas que toman al Marco como criterio para la elaboración de sus propuestas. Así, los Niveles de Inglés para Turismo responden a A1+, A2+ y B1 respectivamente.

Otra de las mejoras consideradas en 2019 e implementadas desde 2021, es una evaluación diagnóstica de competencias lingüísticas y prácticas del lenguaje al inicio del cursado en Nivel 1, diseñada conjuntamente con el Departamento de Lenguas de la UNICEN. El objetivo consiste en brindar a los ingresantes al Nivel una instancia de nivelación y acreditación de conocimientos previos en esa lengua. La prueba diagnóstica consta de una instancia escrita, que valora el nivel formal de la lengua meta, y una entrevista oral, que determina la competencia discursiva. Esta prueba otorga equivalencias por nivel.

La Extensión Universitaria (EU) se asume como una forma de cooperación interactiva entre actores universitarios y otros actores sociales, cooperación que combina diversos saberes donde cada uno aprende de los otros en la labor conjunta, y mediante la cual se aspira a contribuir a la expansión de la cultura colectiva y a la construcción y uso socialmente productivo del conocimiento. Así, la EU propicia la democratización del saber con la función social de contribuir a una mejor calidad de vida de la comunidad mediante actividades que: identifican demandas de la sociedad, coordinan las acciones a partir de los diagnósticos establecidos, y (re)crean actividades de docencia e investigación mediante la interacción con el contexto social. En particular, el destino Tandil ha evolucionado en su oferta turística, recepcionando desde turistas interesados en el circuito religioso a aquellos que valoran el paisaje y buscan tranquilidad en un medio natural hasta quienes asisten a Reuniones, Congresos, Convenciones y Eventos. En este marco, se diseña la propuesta Comunicación en Inglés para Prestadores de Servicios Turísticos, que contempla cuatro talleres de capacitación orientados a: recepcionistas de alojamientos, personal de servicio de información turística, guías de turismo y personal de servicios de restauración: mozos de bares y restaurantes. Al momento, se lleva a cabo la etapa de indagación sobre la pertinencia de la propuesta mediante encuesta a los potenciales interesados, así como la finalización de los programas de contenidos de los talleres. El objetivo es contribuir con el servicio de extensión a la comunidad de la UNICEN aportando una propuesta de capacitación tendiente a mejorar el perfil profesional de los interesados para su futura inserción y permanencia en el ámbito laboral.

En cuanto a las actividades de investigación, los docentes se encuentran en etapa de categorización como investigadores y en el diseño de una línea que parte de una pregunta inicial vinculada con la inserción laboral de los egresados de las carreras de Turismo de la FCH UNICEN. Se busca indagar sobre las necesidades en lengua extranjera para una revisión de los programas de estudio.

La experiencia procura articular actividades de docencia, extensión e investigación con el propósito de profesionalizar más aún la enseñanza y responder a las necesidades de formación en inglés como lengua extranjera no solo de los futuros profesionales en Turismo que egresan de la FCH, sino también de los prestadores de servicios turísticos de Tandil donde se radica la FCH, ciudad intermedia con gran desarrollo turístico.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

Anijovich, Rebeca. (16 de setiembre de 2022). *Conferencia: Evaluación formativa y metacognición*. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/live/4F65--JwcLM?feature=share>

Alonso Díaz, L. y Blázquez, E. F. (2012) El docente de educación virtual: guía básica: incluye orientaciones y ejemplos del uso educativo de Moodle. 1a. Ed. E-Book. España, Ediciones Narcea. Cap. 8 El Libro.

Baker, A. y Goldstein S. (1997). *Pronunciation Pairs, An Introductory Course for Students of English*. Cambridge: CUP.

Benson, P. (2001). *Teaching and Researching Autonomy in Language Learning*. Applied Linguistics in Action Series. Candlin C. and Hall, D. (eds.). Harlow, Essex: Pearson Education Limited.

Brinton, D. y Masters, P. (Eds.) *New Ways in Content-Based Instruction*. New Ways in TESOL Series II, Innovative Classroom Techniques, Jack Richards, Series Editor, (1997).

Camilloni, A. y otros (1998). La calidad de los programas de evaluación y de los instrumentos que los integran, en Camilloni, A. et al. *La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo*. Editorial Paidós. Bs. As. Cap.3.

Casco, M. (2007) "Prácticas comunicativas del ingresante y afiliación intelectual". V Encuentro Nacional y II Latinoamericano: La universidad como objeto de investigación. Tandil, Argentina.

Council of Europe. *Common European Framework of Reference for Languages: Learning, teaching assessment*. Recuperado de <https://www.coe.int/en/web/common-european-framework-reference-languages>

Dudley-Evans, T. y Johns, A. (1991). *English for Specific Purposes: International in Scope, Specific in Purpose*. TESOL QUARTERLY, 25(2), 297-314.

Gandur, A.; Holgado. R. (25-27 de setiembre de 2019). *Inglés para turismo: innovación pedagógica basada en la escritura y la oralidad* [ponencia]. CONDET 2019. IX Simposio Internacional y XV Jornadas de Investigación. Misiones, Argentina.

Hamodi, C.; López Pastor, V. M.; López Pastor, A. T. (2015) Medios, técnicas e instrumentos de evaluación formativa y compartida del aprendizaje en educación superior. *Perfiles Educativos*, vol. XXXVII, núm. 147, 146-161.

Hancock, M. (2009). *English Pronunciation in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hijirida, K. O. (1980). *A Japanese cultural and language curriculum for Tourism-oriented students: A prototype*. Ph.D. Thesis. Hawaii, USA: University of Hawaii.

- Hyland, K. (2000). *Disciplinary Discourse. Social Interactions in Academic Writing*. Harlow, Essex: Longman.
- Hyland, K. (2008). As can be seen: Lexical bundles and disciplinary variation. *English for Specific Purposes*, 27, 4-21.
- Hyland, K. (2022) English for Specific Purposes: What is it and where is it taking us? *ESP Today. Journal of English for Specific Purposes at Tertiary Level. Vol 10 (2)*, 202-220. Recuperado de <https://doi.org/10.18485/esptoday.2022.10.2.1>
- Hyon, S. (2018) Introducing genre in English for Specific Purposes. In S. Hyon, *Introducing genre in English for Specific Purposes*, 5-24. Routledge.
- Litwin, E. y otros (1998) *La Evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo*. La evaluación: campo de controversias y paradojas o un nuevo lugar para la buena enseñanza. Editorial Paidós. Buenos Aires.
- Nation, P. (ed.). (1994). *New Ways in Teaching Vocabulary*. New Ways in TESOL Series II, Innovative Classroom Techniques, Jack Richards, Series Editor.
- Peralta, S. (2015). “Proyecto de Innovación Pedagógica de Enseñanza de Inglés por Niveles”. Trabajo Final Integrador. Especialización en Docencia Universitaria. Universidad Nacional de la Plata.
- Selinker, L. (1979). On the use of informants in discourse analysis and language for specialized purposes. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 17, 189-215.
- Stevens, P. (1988). ESP after twenty years: A re-appraisal. En M. Tickoo (Ed.), *ESP: State of the art (1-13)*. SEAMEO Regional Language Centre.
- Swales, J. (1990). *Genre Analysis. English in Academic and Research Settings*. Glasgow: Cambridge University Press.
- Walker, R. y Harding, K. (2006). *Oxford English for Careers - Tourism 1*. Oxford: Oxford University Press. Libro de clase y CD de audio (selección de unidades y temas).
- Walker, R. y Harding, K. (2011). *Oxford English for Careers - Tourism 2*, Oxford, New York: OUP. Libro de clase y CD de audio (selección de unidades y temas).
- Walker, R. y Harding, K. (2013). *Oxford English for Careers - Tourism 3*, Oxford, New York: OUP. Libro de clase y CD de audio (selección de unidades y temas).
- Zabalza, M. (2003). Innovación en la enseñanza universitaria. *Contextos Educativos*, 6-7, 113-136.
- Videos, páginas web, lecturas varias y folletería relacionados con las unidades temáticas.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

ESTRATEGIAS PARA LA ENSEÑANZA DE TURISMO EN NIVEL SECUNDARIO TÉCNICO. CASO: TECNICATURA EN SERVICIOS TURÍSTICOS

Roldán Melisa, Figone Gimena, Marozzi Carla.
E.E.S.T N°7 “Laura Rosende Mitre de Mendonça”

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Desde el inicio de la experiencia docente en la orientación “Servicios turísticos” se viene observando que los contenidos del diseño curricular de la Tecnicatura en Servicios Turísticos se perciben como ajenos a la cotidianidad del alumnado de la EESTN°7. El abordaje científico de la actividad turística, la existencia de un vocabulario específico y el valor de la experiencia profesional, sumado a la vaguedad de las incumbencias y a un perfil profesional indefinido ocasionan al alumnado cierta dificultad para auto percibirse dentro del sistema turístico. Ello constituye, sin dudas, uno de los principales desafíos en materia de enseñanza de turismo en el nivel técnico profesional de la provincia de Buenos Aires.

El proceso de enseñanza y aprendizaje, como un proceso capaz de retroalimentarse, provee de herramientas al alumnado y, simultáneamente, al cuerpo docente. Herramientas de valor para “brindar las oportunidades para el desarrollo y fortalecimiento de la formación integral de las personas a lo largo de toda la vida y la promoción de la capacidad de cada alumno de definir su proyecto de vida, basado en los valores de libertad, paz, solidaridad, igualdad, respeto a la diversidad natural y cultural, justicia, responsabilidad y bien común” (Art. 4, Ley 13.688). Es decir, para formar ciudadanos autónomos y técnicos de calidad para el sector turístico.

El objetivo del presente artículo es identificar las estrategias pedagógicas implementadas a lo largo de siete años de experiencia docente en la Tecnicatura en Servicios Turísticos que se dicta en la Escuela de Educación Secundaria Técnica N°7 “Laura Rosende Mitre de Mendonça” y explicar cómo las mismas han contribuido a afrontar, en mayor o menor medida, el desafío planteado.

En dicho período se han identificado dos grupos de beneficiarios: por un lado, siete cohortes de alumnos egresados que han participado de experiencias de aprendizaje cada año más diversas. Por otra parte, una serie de organizaciones directa o indirectamente vinculadas al sector turístico que se han nutrido de los aportes de las más recientes generaciones de técnicos profesionales acompañados por la experiencia de sus docentes. Las experiencias de enseñanza y aprendizaje recabadas en el presente trabajo señalan un alcance de carácter regional, destacándose el entorno socioproductivo del Gran La Plata y llegando en reiteradas oportunidades a la localidad vecina de Berisso.

Las actividades desarrolladas consistieron en: salidas educativas para visitar organizaciones públicas y privadas, reconocer atractivos turísticos y experimentar circuitos; trabajo de campo e investigación secundaria para la confección de diagnósticos; ejecución de proyectos interdisciplinarios transversales y verticales; organización de eventos escolares exclusivos de la especialidad “servicios turísticos”; búsqueda e invitación de personalidades referentes del sector; articulación con otras instituciones

educativas para la realización de proyectos en común; comunicación y difusión de contenido de interés a través de una red social de uso masivo; participación en ferias de ciencias y adquisición de experiencia laboral a través de prácticas profesionalizantes externas. En cada una de dichas experiencias prima la comunicación permanente entre docentes para la articulación de actividades, el trabajo colaborativo entre docentes y alumnos y un trabajo “a la par” de las docentes con los alumnos en el logro de metas y objetivos.

Las instituciones que han participado de las experiencias de acercamiento del alumnado al entorno socio productivo son:

- Kopacarza EVyT
- Hostel Frankville
- Hostel Único
- Namaste EVyT
- EMATUR
- Secretaría de Producción de Berisso
- Cámara de Turismo de Berisso
- Hostel Río de Enero
- Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP
- Red de Museos UNLP
- Hotel Days Inn La Plata
- Hotel Land Plaza La Plata
- Hotel Benevento
- FAEVyT
- Nat Sabores Dulces
- Cerveza Bärffuss
- Aeropuerto La Plata
- Turismática

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

Las estrategias pedagógicas para promover el acercamiento entre futuros técnicos en servicios turísticos y el entorno socio productivo evidencian resultados relevantes:

- Para la formación profesional:

Los técnicos en servicios turísticos egresados de la EESTNº7 de La Plata cuentan con ventaja en el mercado laboral, puesto que logran su primer título en relación al sector turístico a muy temprana edad y cuentan con avales oficiales por la realización de sus prácticas profesionalizantes. Además, el vínculo con el entorno socio productivo les permite tejer redes y establecer contactos con referentes del sector cuyas cartas de recomendación resultan valiosas para la solicitud de becas de estudio y puestos laborales.

- Para el medio social-comunitario:

Algunas organizaciones del entorno recibieron colaboración y apoyo de alumnos y alumnas practicantes en tareas operativas cotidianas y/o en eventos programados, contando con una oportunidad de compromiso y acciones sociales para la comunidad. Otras organizaciones no vinculadas al turismo se “re-descubrieron” bajo la mirada turística y conocieron una nueva oportunidad de desarrollo.

Además, en relación a la concepción de enseñanza y aprendizaje que sustenta las diversas prácticas pedagógicas en el período relevado, se evidencia innovación al adoptar una

postura desde la línea crítica contemporánea, es decir, se trabajó dentro de un marco teórico pedagógico constructivista. Desde dicha perspectiva se buscó “enseñar a pensar”, orientando de esta forma los procesos de construcción del conocimiento por parte del alumnado y facilitando la transformación de su pensamiento, comportamiento, actitudes y valores.

El constructivismo dio lugar a la creación de ambientes que favorecieron enfoques y modelos de enseñanza novedosos como el aula invertida, análisis de casos, la metodología ABP, exposiciones abiertas a la comunidad, juegos de rol, entre otros.

En este marco, se ha involucrado y comprometido a los alumnos en tareas cognitivas tales como obtener información, plasmar ideas, desarrollar habilidades, afianzar valores y modos de pensar que guiarán su ética profesional y utilizar los medios para expresarse, enseñándoles así a aprender.

CONCLUSIONES

Situar al alumnado en el rol de protagonista y tomador de decisiones vinculadas a la temática del proyecto anual contribuye a su motivación.

El trabajo “a la par” de las docentes con los alumnos en el logro de metas y objetivos de los proyectos logra mayor compromiso en la realización de actividades por parte del alumnado.

A lo largo de la Tecnicatura en Servicios Turísticos, como docentes hemos observado cómo los alumnos aprenden a utilizar conceptos y cómo se aplican los mismos en el ámbito profesional de la actividad turística tanto en el sector público como privado de la ciudad de La Plata.

Como experiencias positivas podemos decir que las salidas educativas son un elemento para promover la reflexión y la valorización de aspectos culturales, productivos, profesionales de la ciudad de La Plata y sobre todo de los diferentes ámbitos de aplicación de la actividad turística. En los cuales ellos podrán insertarse en el mercado laboral.

A partir de estas salidas se generan nuevos vínculos entre ellos, proporcionan experiencias y oportunidades diferentes a las que ofrece el aula, generando la posibilidad de que los alumnos tengan un contacto, apreciación y que se permitan sentir.

Cuando hacemos referencia al sentir, lo entendemos como el estar presente, pasar del rol pasivo al activo. Compartir, aprehender, hacer a la realidad parte de uno, sentirse parte.

Por otro lado también como experiencia positiva podemos destacar a los proyectos interdisciplinarios, en los cuales se trabaja como emprendimientos, se identifica una necesidad o problemática vinculada a la actividad turística, a través de la investigación primaria y secundaria, es así que hemos vivenciado que al realizar entrevistas, asistir a una charla de algún referente del sector los alumnos pueden observar y comprender que el turismo va mucho más allá, de simplemente vender un paquete, un recorrido. Sino que es interdisciplinario y puede abordarse desde diferentes ejes, y es satisfactorio ver que son estas las experiencias más enriquecedoras que los motivan a seguir trabajando en el aula.

BIBLIOGRAFÍA

Anijovich, R. (2010) Las buenas preguntas. En Estrategias de enseñanza: otra mirada al quehacer en el aula. Buenos Aires: Aique Grupo Editor.

Bourdieu, Pierre (1993), El sentido práctico. Taurus, Madrid

Boullón, R. (1985). “El Sistema Turístico”. Planificación del espacio turístico. México: Editorial Trillas.

<https://www.academia.edu/download/64366614/Planificaci%C3%B3n%20del%20Espacio%20Tur%C3%ADstico.pdf>

Díaz Barriga Arceo, F; Hernández Rojas, G. (2002). Estrategias para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista. 2ª edición. México: McGraw Hill.

Freire, Paulo (2006), Pedagogía del oprimido. Siglo XXI Editores, Bs. As.

<https://revistarepe.org/index.php/repe/article/view/657/1767>

García, A. (2013). “Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de turismo”. Documento de cátedra de las materias Introducción al Turismo y a la Estructura del Mercado Turístico y Políticas Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

<https://docplayer.es/19711481-Algunas-consideraciones-sobre-la-actividad-turistica-conceptos-y-definiciones-de-turismo.html>

Gimeno Sacristan, J. y Pérez Gómez, A. (1993). Comprender y transformar la enseñanza. Madrid: Morata, p. 373. citado en Gvirzt, S. y Palamidessi, M. (1998). El ABC de la tarea docente: Currículum y enseñanza. Editorial Aique, p.13.

<https://www.terras.edu.ar/biblioteca/5/5GIMENO-SACRISTAN-Cap-3-Jose-PEREZ-GOMEZ-Angel-.pdf>

Ley de Educación Provincial N° 13.688/07. Recuperado de: <https://www.trabajo.gba.gov.ar/documentos/legislacion/copreti/Ley%20Provincial%20de%20Educaci%C3%B3n%2013688%20%20Provincia%20de%20Buenos%20Aires.pdf>

Ley Nacional de Educación Técnico Profesional N° 26.058/05.

Recuperado de: <https://www.inet.edu.ar/wp-content/uploads/2012/10/ley-26058.pdf>

Ley Nacional de Turismo N° 25.997/05.

Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25997-102724/texto>

Litwin, E. (2008) El oficio de enseñar. Condiciones y contextos. Paidós, Buenos Aires.

Martín-Barbero, J. (2003). Saberes hoy: diseminaciones, competencias, transversalidades, Revista Iberoamericana de Educación, (32), pp. 17-34.

Ornubia, J. (2005). “Aprender y enseñar en entornos virtuales: actividad conjunta, ayuda pedagógica y construcción del conocimiento”. RED Revista de Educación

Distancia. Año IV. Número monográfico II. <https://www.um.es/ead/red/M2/>

Piscitelli, A. (2009). Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva arquitecturas de la participación, Santillana, Buenos Aires.

Sancho, A. (coord.) (1998). “Introducción al Turismo”. Madrid: OMT. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1178>

Eje temático N°5: Turismo y Educación

LA ENSEÑANZA DE LA INVESTIGACIÓN EN TURISMO. ESTRATEGIAS FORMATIVAS Y ACOMPAÑAMIENTO DOCENTE EN LA MODALIDAD PRESENCIAL Y EN LÍNEA

Paoletti María Itatí E., Wojcik Sandra Lorena.

Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba

La experiencia docente objeto de esta ponencia abarca las unidades curriculares Taller de Elaboración de Trabajo Final 1 y 2, correspondientes al Ciclo de Complementación Curricular Licenciatura en Turismo de la Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba, en el período comprendido entre marzo de 2020 y julio de 2023. Se analiza la enseñanza de la investigación en turismo en el contexto de pandemia de COVID-19 y posterior a ello, en virtud de los cambios que debieron implementarse por las migraciones de modalidad derivadas del confinamiento y del posterior regreso a la presencialidad.

Las autoras integramos el equipo de cátedra en dichas asignaturas y pretendemos compartir nuestros aprendizajes, a manera de reflexión sobre los aspectos positivos derivados de la implementación obligatoria de la educación en línea. Especialmente los referidos a la recuperación y adecuación de estrategias formativas y didácticas exitosas puestas en juego en aquel momento e integradas al contexto actual del aula presencial. En ese sentido y entre otros resultados favorables de la experiencia, consideramos que las sucesivas adecuaciones han posibilitado que la propuesta pedagógica sobre investigación en turismo adquiera flexibilidad y eficacia, logrando además adaptarse a entornos de enseñanza-aprendizaje cada vez más diversos y cambiantes.

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

1.1. Contexto institucional

La Universidad Provincial de Córdoba (UPC) se creó en el año 2007 e integró una serie de instituciones de formación profesional previas, entre ellas la Escuela Superior de Turismo y Hotelería Marcelo Montes Pacheco devenida en Facultad de Turismo y Ambiente de la UPC. La adecuación de la oferta académica de la institución para esta nueva etapa motivó la creación del CCC Licenciatura en Turismo.

Como condición para finalizar ese trayecto y obtener el título de grado, los estudiantes deben realizar una investigación académica, de carácter grupal y referida a problemáticas propias del campo disciplinar en el territorio provincial denominada Trabajo Final de Licenciatura (TFL). Según el Plan de estudios (RR 195/16) y el Reglamento de TFL (RD 029/19) esa investigación se desarrolla en el marco de cuatro unidades curriculares (UC), todas correlativas entre sí: Metodología de la Investigación aplicada al Turismo, Taller de Elaboración de Trabajo Final 1 (TETF1), Taller de Elaboración de Trabajo Final 2 (TETF2) y Trabajo Final de Licenciatura, teniendo cada una alcances y contenidos específicos explicitados en los mencionados documentos.

Particularmente y según la RR 195/16, las UC TETF1 y TETF2 son cuatrimestrales, corresponden al segundo y tercer cuatrimestre de la carrera y tienen asignada una carga horaria de 6 horas reloj semanales. Se dictan en modalidad presencial y formato taller, enfatizando en que el estudiantado realice la aplicación práctica y paulatina de los

contenidos teóricos seleccionados para el diseño de su investigación de TFL. De acuerdo a la RD 029/19, en TETF1 se elabora el anteproyecto de investigación y en TETF2 se completa el proyecto de investigación, derivando en la siguiente UC su concreción.

1.2. Trayectoria docente

En relación al tránsito entre la enseñanza presencial y en línea de los mencionados espacios curriculares, consideramos que nuestra trayectoria docente ha contribuido de manera significativa para lograr migrar adaptativamente entre ambas modalidades.

María Itatí Paoletti es Licenciada en Turismo y maestranda en Desarrollo Turístico Sustentable (UNMDP). Se desempeñó 16 años en empresas del sector, siendo desde el año 2009 docente en carreras terciarias y universitarias de Turismo tanto en modalidad presencial como virtual. En relación a los Talleres de Elaboración de Trabajo Final 1 y 2 (CCC Licenciatura en Turismo, FTA-UPC) es docente ordinaria, a cargo de una de las dos comisiones de esas asignaturas desde agosto de 2018.

Sandra Wojcik es Licenciada en Turismo, Especialista en Docencia Universitaria (UTN-FRC) y actualmente está desarrollando su tesis de maestría. Su experiencia docente data de 2009 tanto en modalidad virtual como presencial en numerosas asignaturas de la carrera de turismo relacionadas a la planificación, la calidad y el patrimonio cultural. Desde marzo de 2020 y hasta diciembre de 2021 integró, en el rol de adscripta, el equipo de TETF 1 y 2 junto a la Lic. Paoletti, y ha seguido colaborando como docente invitada a partir de entonces.

Creemos que la formación y la experiencia previa de ambas como docentes y creadoras de contenidos en asignaturas para la modalidad virtual, y el manejo y disponibilidad de recursos didácticos y tecnológicos, facilitaron nuestra adaptación a las circunstancias excepcionales que se impusieron con la pandemia.

1.3. Beneficiarios, alcance y síntesis de actividades desarrolladas

Los principales beneficiarios de la experiencia son los y las estudiantes de la carrera que han cursado los TETF entre 2020 y 2023, a saber: miembros de cohortes 2019, 2020, 2021 y 2022 de la Sede Córdoba de FTA-UPC que han integrado la Comisión 2, y miembros de la cohorte 2020 de la Extensión Áulica de Alta Gracia. Asimismo, se benefician la carrera, la institución y la sociedad en su conjunto, a partir de la aplicación de lo aprendido en producciones que enriquecen el campo disciplinar del turismo y jerarquizan la profesión.

Al ser la carrera un Ciclo de Complementación Curricular, el estudiantado cuenta con titulación de nivel terciario o de pregrado de Turismo. Sin embargo, sus características personales son diversas en cuanto a edades, experiencia laboral previa y obligaciones personales y profesionales. Esta diversidad se acentuó en las cohortes 2020 y 2021 cuando el cursado comenzó siendo online, llegando a variar hasta el alcance geográfico que se extendió fuera del territorio de la provincia de Córdoba e incluso al exterior del país. Estos grupos, además, se caracterizaron por ser numerosos en comparación con las cohortes 2019 y 2022 que iniciaron la carrera de manera presencial. Todo ello demandó diseñar estrategias puntuales para enseñar en esa diversidad.

Finalmente, las actividades desarrolladas corresponden al diseño e implementación del proceso de enseñanza, así como a su evaluación. En esta presentación, enfatizaremos acerca de la adecuación de las estrategias formativas entre las modalidades presencial y online en 2020 y 2021, y en una nueva adecuación de las mismas para regresar al cursado presencial en el año 2023. Para contextualizar esas decisiones, expondremos también los fundamentos teóricos y metodológicos que las orientaron.

ASPECTOS RELEVANTES Y RESULTADOS DE LA EXPERIENCIA

De acuerdo con Anijovich (2014, p.26) “Perkins (1995) sostiene que el gran reto de la educación es el desarrollo del pensamiento”. En este sentido, la enseñanza para la comprensión implica vincular de modo dialéctico y sistémico la teoría, los datos y las TIC, es decir vincular la investigación con la práctica educativa.

La propuesta pedagógica de los TETF 1 y 2 considera el marco metodológico como un instrumento relevante en la construcción de aprendizajes significativos, tanto desde los contenidos teóricos como en las actividades de aplicación que involucran el dominio de herramientas informáticas requeridas en la educación del siglo XXI (Wallingre, 2011a). Como principal estrategia formativa se promueve la *metodología de aprendizaje basada en proyectos colaborativos (ABPyC)*, con acompañamiento progresivo en clases de formato taller, lo cual permite tanto el seguimiento de los trabajos como reconocer evidencias de competencias adquiridas por los estudiantes en una propuesta concreta que también hace a su evaluación (López del Pino, Grisolia Santos y Gil Alberiche, 2017; Maldonado Pérez, 2008). De esa manera, el ABPyC contribuye en la adquisición de conocimientos y habilidades procedimentales propias del campo del saber disciplinar, al tiempo que fomenta competencias sociales indispensables, relativas a la interacción grupal de calidad. A su vez, dicha estrategia involucra otras que conforman un abanico amplio de opciones, orientadas por fundamentos teóricos y metodológicos que serán ampliados en la ponencia completa.

De manera coherente con lo anterior, la secuenciación de contenidos y actividades busca facilitar procesos de aprendizaje progresivos y promover la coherencia interna de los proyectos de investigación de TFL, lo cual requiere del abordaje educativo de la complejidad en el turismo (Morín y Delgado, 2014). Complejidad en este caso asociada a la comprensión por parte del estudiantado de la metodología de investigación turística y de los lineamientos para la elaboración del TFL. También a la integración de saberes adquiridos en distintos espacios curriculares y al manejo de herramientas digitales. Además de lo anterior, se requiere que los estudiantes investiguen la realidad del ámbito turístico en el territorio para que adopten compromisos con la resolución de problemas específicos orientados por ejes temáticos promovidos por la institución educativa, favoreciendo la generación de propuestas que superen un mero acomodo conceptual, en pos de un aprendizaje social significativo (Moreira, 2019, citado en Valenzuela, 2022). Debido a ello, las estrategias propuestas se sustentan también en la metodología de investigación de las ciencias sociales e integran modelos teóricos propios de los estudios turísticos. Al respecto, se han considerado los hallazgos y las recomendaciones de Bertoncetto (2010), Wallingre (2011b) y Niding et al. (2017) sobre enseñanza e investigación en Turismo. Pero ha sido fundamental para la propuesta de los TETF el modelo planteado por García et al. (2016) basado en cuatro ejes: definición integral del Turismo; abordaje postdisciplinario; metodología mixta de investigación (cuantitativa) y la integración de los saberes preexistentes mediante la construcción de conexiones, relaciones, explicaciones y redes.

Las estrategias descritas se venían empleando en los TETF antes de 2020. Ese año y el siguiente se adaptaron para la modalidad en línea y en 2023 se están readecuando nuevamente para la modalidad presencial. Esa migración entre una y otra forma de enseñanza se explicará en profundidad en el trabajo completo y se basa fundamentalmente en un diferente uso de las TAC (tecnologías del aprendizaje y el conocimiento), una

aplicación estratégica de las TIC con esos propósitos (González (2021, en Valenzuela, 2022).

Por último, cabe aclarar que la planificación formal de los talleres nunca ha resultado lineal. La práctica educativa del aula (antes en línea y ahora presencial) se reorienta al considerar las opiniones y aportes de los estudiantes, la Dirección de la carrera y otros actores institucionales en instancias de evaluación del proceso de enseñanza emprendido.

Los **resultados de la experiencia** han sido positivos y alentadores ya que se cumplieron los objetivos de los espacios curriculares durante un período de extrema excepcionalidad como la pandemia COVID-19 y también en el breve tiempo transcurrido desde el regreso a la presencialidad. Con la implementación de la propuesta pedagógica, los grupos de estudiantes han logrado desarrollar proyectos de investigación vinculados a temáticas de su interés y problemáticas reales situadas en el ámbito de la provincia de Córdoba, dándole sentido de propósito a sus producciones. Además, esto se logró atendiendo a la diversidad en la composición de los grupos de clase, definida por sus lugares de residencia, edades, trayectos formativo-profesionales previos y áreas de desempeño profesional, entre otras. El éxito de la experiencia se confirma además en las opiniones vertidas por los y las estudiantes en diferentes instancias de evaluación de la metodología de enseñanza-aprendizaje que, por razones de espacio, se expondrán en la ponencia completa.

PRINCIPALES APRENDIZAJES Y REFLEXIONES

El proceso emprendido merece una discusión amplia de sus aprendizajes, significados y desafíos. Sintetizando lo fundamental para esta primera presentación, consideramos que la conformación de un equipo docente durante los años 2020 y 2021 aumentó la sinergia en cuanto al diseño e implementación de estrategias y recursos adecuados a cada situación de cursado. A la vez, significó un mutuo apoyo emocional que favoreció la flexibilidad en la dinámica de las clases y permitió distribuir la carga laboral en relación al espacio, así como enriquecernos de la experiencia aumentando la propia resiliencia frente a la adversidad.

Reconocemos que la educación en línea posee limitaciones respecto del compromiso que genera en el alumno, debido a la distancia que imponen las relaciones mediadas por pantallas. Sin embargo, durante la pandemia hemos aprendido a relacionarnos en entornos virtuales y a generar actividades que facilitaron los procesos de aprendizaje y promovieron la colaboración entre integrantes de los grupos de trabajo. Por lo tanto, en la modalidad online también se evidenciaron ventajas: la formación resultó más inclusiva, el alumnado vio simplificada la organización de sus tiempos y tanto docentes como estudiantes logramos mejorar nuestro manejo de recursos digitales, por mencionar las más destacables.

Todo lo anterior motivó a pensar cómo readaptar algunas de esas prácticas basadas en el uso de las TAC al contexto actual del aula presencial. Así, las sucesivas adecuaciones han dado lugar al diseño e implementación de una propuesta pedagógica sobre investigación en turismo flexible, eficaz y capaz de adaptarse a entornos de enseñanza-aprendizaje cada vez más diversos y cambiantes.

FUENTES CONSULTADAS

Anijovich, R. (2014). *Gestionar una escuela con aulas heterogéneas*. Paidós.

Bertoncello, R. (2010). Investigación en Turismo: logros y desafíos desde una perspectiva latinoamericana. *Aportes y Transferencias*, 14(1), 11-22.

García, C., Garay, C., Conti, A. et al. (2016). Hacia un nuevo modelo para la investigación en turismo. En *Actas I Jornadas Nacionales de Investigación en Ciencias Sociales*. Universidad Nacional de Cuyo: San Juan, agosto 25 y 26, 2016.

López del Pino, F., Grisolia Santos, J. y Gil Alberiche, P. (2017). El Aprendizaje basado en Proyectos en la Universidad: ventajas y barreras para el profesorado del Grado en Turismo de la ULPGC. En Travieso González, C., Sánchez Rodríguez, D., Alonso Hernández, J. et al. (eds.). *Actas de IV Jornadas Iberoamericanas de Innovación Educativa en el Ámbito de las TIC: InnoEducaTIC 2017*, 277-284.

Maldonado Pérez, M. (2008). Aprendizaje basado en proyectos colaborativos. Una experiencia en educación superior. *Laurus*, 14(28), 158-180.

Morin, E. y Delgado, C. (2014). *Reinventar la educación: hacia una metamorfosis de la humanidad*. México, DF: Multiversidad Mundo Real Edgar Morin.

Niding, M., Andueza, J., y Do Santos, V. (2017). Campo académico del turismo: articulaciones docencia-investigación. *Realidad. Tendencias y Desafíos en Turismo*, 14(1), 187-202.

Resolución Decanal Nro. 029/19. Reglamento de Trabajo Final de Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba.

Resolución Rectoral Nro. 195/16. Plan de estudios del Ciclo de Complementación Curricular Licenciatura en Turismo. Universidad Provincial de Córdoba.

Steiman, J. (2007). *Más didáctica (en la educación superior)*. Miño y Dávila. UNSAM.

Valenzuela, D. (2022). *El docente post-pandemia, Nuevos retos, viejas necesidades*. Corporación Universitaria Lasallista.

Wallingre, N. (2011a). Perspectivas de la educación basada en entornos virtuales: un desafío de la Universidad del siglo XXI para acompañar el desarrollo regional del turismo. *Tiempo de Gestión*, 7(11), 15-39.

Wallingre, N. (2011b). Avances en la Construcción del Conocimiento del Turismo. Pensando la disciplina del turismo desde una perspectiva integral. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 149-170.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

ANFITRIONES TURÍSTICOS UNR: ESPACIO PÚBLICO Y CIUDADANÍA UNIVERSITARIA. POSTALES DE UN RECORRIDO

Voras Claudia, Levalle María, Perotti Sofía.

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Esta presentación se propone dar cuenta de la experiencia desarrollada junto a estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Rosario, denominada **Anfitriones Turísticos UNR**, constituida actualmente en un Programa Extracurricular radicado en la Escuela de Relaciones Internacionales, Facultad de Ciencia Política y RRII. La Licenciatura en Turismo fue creada por el Consejo Superior de la Universidad hacia fines de 2017. De manera inédita en la UNR, la carrera cuenta con dos Facultades Sede, la Facultad de Ciencia Política y RRII y la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, que gestionan de manera conjunta este trayecto de grado.

Desde los primeros años de su implementación, la carrera fue convocada por distintos actores para participar en variados eventos institucionales y académicos, donde los y las estudiantes desempeñaron una tarea considerada relevante desde el punto de vista pedagógico. De esta manera y en el marco de dichas actividades los y las estudiantes acompañaron contingentes que llegaban para algún congreso, facilitaron recorridos y paseos en la ciudad, recibieron invitados especiales y estudiantes de intercambio, participaron en actividades culturales, tanto de la propia UNR como también de otras instituciones como el Museo de la Ciudad de Rosario. A tal efecto, desde la Licenciatura en Turismo/ Sede Escuela de RRII se realizaron distintas convocatorias ad-hoc en formato de voluntariados, que posibilitaron la participación de numerosos estudiantes de las dos Facultades sede, así como también de docentes y adscriptos, A modo de antecedentes, enumeramos las siguientes actividades:

- Marzo 2019. Recepción de contingentes, apoyo de organización y tareas de información turística en los IV JUEGOS SURAMERICANOS DE PLAYA ROSARIO 2019.
- Octubre 2019. Recorrido con participantes del Congreso TICAR UNR por siete puntos emblemáticos en el centro histórico rosarino.
- 5 Marzo 2020. Recorrido con los integrantes de la Escuela de Verano AUGM.
- Marzo 2021. Evento 8M-8Postas, Mujeres transformadoras en en Parque Independencia, junto al Museo de la Ciudad. Agenda Cultural de la Ciudad de Rosario “Marzo de Mujeres”.
- Septiembre 2021. Participación en La Noche de las Peatonales, junto a la propuesta cultural del Museo de la Ciudad de Rosario.
- Agosto 2021. Participación en los recorridos “Ciudad Candia”, del Museo de la ciudad de Rosario.
- Noviembre 2021. Anfitriones de los grupos de caminata en la jornada *Recorré UNR*, actividad abierta a la comunidad local, en articulación con la Dirección de

- Educación Física de la UNR.
- Marzo 2022. Recepción y recorrido con invitados internacionales del Proyecto Erasmus Latwork, a partir de la convocatoria del Área de Internacionalización de la UNR.
 - Octubre 2022. Recorrido por el centro histórico con participantes del Taller Anual SIU 2022, provenientes de universidades nacionales de todo el país.

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

Se considera que este tipo de actividades son relevantes para la formación de futuros profesionales del campo turístico, ya que constituyen oportunidades donde los y las estudiantes pueden poner en juego distintos conceptos, herramientas y metodologías propias de los contenidos de la carrera, así como entrenar habilidades propias del desempeño profesional como la expresión oral ante públicos diversos, la planificación de recorridos y actividades, la organización de eventos. Ello implica no sólo la mera presencia de los y las estudiantes en las actividades propuestas, sino toda una preparación previa, que incluye la búsqueda de información respecto de los lugares y actividades a desarrollar, la planificación de la circulación, la coordinación con sus pares y con los partners que nos convocan. La devolución recibida por parte de los y las estudiantes que participaron en las experiencias arriba mencionadas ha sido muy positiva en este sentido. Estos/as estudiantes han manifestado que conocieron espacios de la propia ciudad y de la propia UNR que no sabían que existían, que la experiencia les permitió poner en práctica, experimentar muchas veces por primera vez la realización de tareas propias de la profesión turística.

Las actividades propuestas en el marco del programa Anfitriones Turísticos promueven así la vinculación, la apropiación por parte de los estudiantes del espacio público y el patrimonio urbano, un aspecto no menor teniendo en cuenta que muchos/as estudiantes provienen del sur de la Provincia de Santa Fe y han venido recientemente a la ciudad de Rosario para incorporarse a sus estudios universitarios. El programa realiza un aporte, de esta manera, a la posibilidad de construir la percepción de la ciudad como un lugar identitario, como un lugar propio. De manera similar para quienes participan como visitantes en los recorridos facilitados por estudiantes, la propuesta apunta a reconocer la ciudad en un sentido mucho más profundo que un soporte, un escenario, un marco geográfico, sino como un espacio con el cual pueden establecerse distintas relaciones, identificaciones, sentimientos, pertenencia.

Se considera además especialmente valiosa la tarea de estudiantes de la Licenciatura en Turismo desde una doble perspectiva: por un lado, en calidad de anfitriones, capaces de ser la cara visible de una institución y de una ciudad desde la especificidad del campo disciplinar de la carrera. Por otro lado, en calidad de ciudadanos/as universitarios/as, de integrantes de una comunidad universitaria dinámica, abierta, crecientemente internacionalizada. La recuperación pospandemia de la movilidad nacional e internacional, de la presencialidad en la cursada, en los eventos científicos e institucionales, brinda además un marco favorable para tal participación.

PRINCIPALES LECCIONES / ACERCA DEL APRENDIZAJE INSTITUCIONAL

En virtud de la experiencia recorrida, en febrero de 2023 fue creado el Programa de

Anfitriones Turísticos UNR, formalizado como espacio de formación y práctica disciplinar de carácter extracurricular, orientado a estudiantes de la Licenciatura en Turismo de la UNR. Se espera que quienes participen de este Programa puedan desempeñarse como anfitriones turísticos en distintos ámbitos y actividades de la comunidad universitaria, como Congresos y encuentros científicos, recorridos, actividades deportivas, entre otros.

Realizada una primera convocatoria anual -que se repetirá cada año- se constituyó un equipo de 17 estudiantes en virtud de un orden de mérito académico, que ya ha participado en los siguientes eventos:

- Marzo 2023. Recorrido con participantes de las VI Jornadas de Compras y Contrataciones de Universidades Nacionales, organizadas por la UNR.
- Mayo 2023. Recorridos con Escuelas por los escenarios y actividades de los Juegos Crear (Juegos Deportivos de carácter local, que reúnen a todas las asociaciones de deporte amateur de la ciudad de Rosario.)

Si bien es una iniciativa que se encuentra en desarrollo, se considera que el principal resultado de su implementación es el interés generado en la comunidad estudiantil por participar en eventos y actividades de la propia Universidad, no solo de las Facultades sede de la carrera. Hecho que ha redundado además en una visibilización de la carrera, tanto para la comunidad universitaria como para la comunidad local en general, que valora la incorporación de la Licenciatura en Turismo en la oferta de formación de la Universidad Pública. Debe destacarse que la carrera es la primera propuesta de formación de grado de carácter público en la Provincia de Santa Fe, y que muchos/as de sus primeros graduados/as han participado en distintas actividades, señaladas en las páginas anteriores como antecedentes del Programa de Anfitriones Turísticos UNR.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

PRACTICAS PRE PROFESIONALES DE LOS ESTUDIANTES DE TURISMO EN EL CAMPO LABORAL: PROGRAMA EMPLEO JOVEN

Azcurra Miriam, Guzmán Lorena.
Universidad Nacional de La Rioja

INTRODUCCION

La Carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de La Rioja en la actualidad se encuentra desarrollando su tercer plan de estudios (2014).

¿Qué ha llevado, entre otros aspectos, al desarrollo de un nuevo Plan de Estudios?, ¿Conoce el estudiante qué le espera al finalizar su Carrera?. Una de las motivaciones ha sido la escases de prácticas pre profesionales en la currícula del plan, tal aporte fue realizado en su momento por graduados de años anteriores.

En dicho Plan se han incorporado las asignaturas de Prácticas Pre Profesionales, con el objetivo de acercar al estudiante al futuro campo profesional, es decir, llevar a la práctica aquellos contenidos teóricos aprendidos en cada asignatura, la adquisición de destrezas y competencias necesarias para su efectivo desempeño profesional.

Desde el año 2010 en el Departamento de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas del cual depende la Carrera, se ha puesto en marcha el llamado: “Laboratorio de Prácticas Profesionales”, normativa que ayudó a las carreras a acercar al estudiante a su futuro entorno laboral.

Desde la gestión actual, se dio continuidad a esta política académica, contando con el aporte de las cátedras nuevas vinculadas a las prácticas.

Por ello, desde la Dirección de la Carrera y el Decanato del Departamento se suscribió un convenio con la Subsecretaría de Empleo, a fin de que los estudiantes de Turismo puedan lograr un entrenamiento laboral en el marco del “Programa Empleo Joven”.

Desde el año 2022 los estudiantes vienen cumpliendo su entrenamiento laboral en prestadores de servicios vinculados a la actividad turística en la Ciudad Capital de La Rioja. Por lo que el objetivo de esta ponencia es compartir la experiencia, tanto de los estudiantes y de los docentes, en el mencionado Programa y el beneficio académico que esperamos con ello. Además de ello, visualizar la importancia que tiene para la Universidad de vincularse con las instituciones estatales a fin de lograr objetivos académicos específicos, como lo es la inserción del estudiante y futuro graduado en Turismo en el campo laboral.

MARCO TEORICO DE REFERENCIA

Tomando el concepto de Marcillo, Calderón y Tejada Diaz, *“Las prácticas pre-profesionales actualmente se constituyen en uno de los componentes principales del proceso formativo universitario y se las ha considerado como una de las estrategias que*

emplean las Instituciones de Educación Superior para lograr el desarrollo teórico-práctico del perfil de egreso de los profesionales. En los últimos tiempos y de manera progresiva, se han constituido en una exigencia para la obtención del título profesional¹⁰..”.

Mediante Ord. CS N° 004/2013, se aprobó el nuevo Plan de Estudios de la Carrera Licenciatura en Turismo, contando con 39 materias, de entre las cuales se incorporaron los espacios curriculares de Práctica Pre Profesional: I, II y III.

La conclusión a la que se arribó en ese proceso de diseñar el nuevo plan de estudios, fue, entre otros aspectos, incorporar las Prácticas Pre-profesionales desde los primeros años como espacio de formación curricular, a fin de que puedan adquirir las destrezas y competencias inherentes al perfil profesional.

Mediante Resolución N° 781/2022, se aprobó el Reglamento de Prácticas Pre Profesionales mediante el cual se regula la actividad tanto del estudiante como de la contraparte.

A partir de la firma del convenio entre el Departamento y la Subsecretaría de Empleo, se puso en marcha el “Programa Empleo Joven”.

Dicho Programa responde a una política pública del estado provincial de ayudar al fortalecimiento y reactivación de los comerciantes locales con la incorporación de empleados jóvenes que cobran a través del programa para que adquieran experiencia laboral trabajando en los locales comerciales.

El participante de EMPLEO JOVEN es designado al comercio mediante una entrevista previa con el dueño del mismo. El comerciante tendrá la libertad de elegir al joven, a través de la entrevista para que trabaje en su local. El joven trabajará durante un periodo de 6 (seis) meses.

En ese sentido, a través de la Dirección de la Carrera de Turismo, procedió a seleccionar a los estudiantes que realizaron sus prácticas en los diferentes prestadores de servicios vinculados a la actividad turística, contando con la supervisión del comerciante y del equipo de cátedra en la que el estudiante se encuentra activo/a.

METODOLOGIA

Para el presente estudio se asumen como métodos: el análisis documental que se aplicó al estudio de estudiantes que se desempeñaron durante el año 2022 en su entrenamiento laboral, a través del Programa Empleo Joven y la comparación de aquellos estudiantes que cuentan con entrenamiento laboral y quienes no.

Se escogió una muestra intencional de los estudiantes de la Carrera Licenciatura en Turismo que resultaron seleccionados para aplicar al Programa durante el período indicado.

Queda por ejecutar la instancia de evaluación del programa, luego de completar los informes del Plan de Seguimiento de cada participante del Programa, realizado tanto por el prestador como del docente tutor a cargo de la práctica.

¹⁰ Las prácticas pre-profesionales desde un enfoque de inserción laboral. Gardenia Edith Cedeño Marcillo. Daysi Beatriz Soto Calderón. Rafael Tejada Díaz (2019).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Con este Trabajo lo que se pretende es analizar el impacto que tuvo la implementación del Programa Empleo Joven en el proceso formativo de los estudiantes de la carrera Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de La Rioja.

Además, es importante conocer el aporte que los estudiantes realizaron en su proceso de entrenamiento laboral, mientras estuvieron designados en el Programa. Tal información es insumo útil para los docentes de las asignaturas de Práctica Pre Profesional y demás docentes de la Carrera, a fin de repensar contenidos y estrategias didácticas en el proceso de formación de cada estudiante, toda vez que los beneficiarios del Programa debían contar con 18 a 24 años de edad y en nuestra Carrera particularmente contamos con estudiantes que superan en su mayoría tal rango etario.

Es importante como Institución conocer beneficios académicos de los estudiantes, a fin de evaluar la posible continuidad del Programa para el presente año, descontando desde ya el beneficio económico que significó para cada estudiante desenvolverse en el campo laboral, recibiendo por tal prestación un peculio que los ayudó a continuar con sus estudios, atento a que muchos de ellos y ellas provienen de familias de escasos recursos, por lo que resultó de gran ayuda contar con tal beneficio.

Los prestadores por su parte contaron con el aporte disciplinar en sus tareas diarias, lo cual resultó de gran ayuda, toda vez que en nuestro medio existen prestadores de servicios vinculados a la actividad turística que carecen de formación específica.

Los estudiantes se insertaron en Agencias de Viajes, Servicios de Alojamiento, entre otros.

BIBLIOGRAFIA

Ord. CS N° 004/2013, Plan de Estudios de la Carrera Licenciatura en Turismo.
Reglamento de Prácticas Pre Profesionales del Departamento Académico de Ciencias Sociales, Jurídicas y Económicas de la Universidad Nacional de La Rioja.
Normativa del Programa de Empleo Joven, dependiente de la Secretaría de Empleo del Gobierno de la Provincia de La Rioja.
Material bibliográfico de estudio de las asignaturas de las Prácticas Pre Profesionales I, II y II de la Carrera Licenciatura en Turismo, como así también de las asignaturas relacionadas al prestador en donde realizaron sus prácticas pre profesionales, tales como: Gestión de los Servicios de Alojamiento y Gastronómico, Organización y Gestión de Agencias de Viajes.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

FORTALECIMIENTO DEL DESARROLLO LOCAL EN LA LOCALIDAD DE GÓMEZ. PCIA. DE BS.AS. CONTADO POR SUS PROTAGONISTAS, RESIDENTES Y ALUMNOS

Molinari Gloria, Alfonso Alejandra, Scaramellini Nora.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

Gómez es una pequeña localidad del Partido de Brandsen, Provincia de Buenos Aires, Argentina. Se encuentra a 3,8 km de la Ruta Nacional 215, aproximadamente a la altura del km 27 y a 14 km de la ciudad de Brandsen. Según datos del INDEC (2022) cuenta con 362 habitantes, un 58% más que el último censo (2010), este incremento, según los lugareños se debe a las familias que fueron llegando oriundas generalmente de Capital, casi todas de mediana edad, en busca de un lugar tranquilo, apacible, “donde la gente saluda sin conocerte”

El presente Trabajo, tuvo su origen en un Proyecto de Extensión aprobado y financiado en la convocatoria anual de la SPU, de la UNLP durante el año 2021 y ejecutado durante los años 2021/2022.

En la idea y redacción del proyecto, participaron alumnos de la cátedra de organización y gestión de empresas turísticas, de la licenciatura en turismo de la FCE-UNLP interesados en iniciarse en actividades extensionistas, que les permitieran tomar contacto directo en el territorio con sus pobladores e identificar las distintas problemáticas, y realidades que surjan de la interacción entre el equipo de trabajo y la comunidad local.

El Proyecto tuvo como destinatarios a los emprendedores turísticos, productivos y de servicios de Gómez, y a todos aquellos que decidieran iniciarse en algún emprendimiento vinculado o no al turismo. El primer contacto en territorio fue con las autoridades de la Delegación Municipal que nos permitieron una llegada directa tanto al grupo de emprendedores como a la comunidad, conforme fuimos avanzando con el Proyecto y detectando nuevas necesidades, fuimos convocando otras Instituciones, que si bien no estuvieron identificadas en la presentación del Proyecto, fueron necesarias para los requerimientos que nos fueron acercando los emprendedores en el transcurso del Proyecto, tales como La Secretaria de Turismo de Brandsen (cabeza de Partido), Secretaria de Producción de Brandsen, Área de diseño de la Municipalidad de Brandsen, CREA de Brandsen .

Los objetivos planteados apuntaron a generar procesos de fortalecimiento comunitario que tendieran a revalorizar el Patrimonio Cultural, Productivo y Turístico con el fin de promover el desarrollo local en la localidad de Gómez, Provincia de BA, incorporando nuevos desafíos y fortaleciendo lo hecho hasta el momento. De esta manera, diversificar la oferta turística con la incorporación de recorridos productivos, naturales y culturales, ampliando la estacionalidad a otros períodos del año.

Asimismo, posibilitar a los extensionistas que integraron el equipo de trabajo del proyecto, participar activamente en el desarrollo de actividades vinculadas a la comunidad y de esa forma, construir sus propias experiencias e incorporar nuevos conocimientos desde la práctica.

El equipo de trabajo estuvo compuesto por docentes y alumnos de la Licenciatura en Turismo de la FCE-UNLP. En ese marco, nos pareció sumamente enriquecedor, mostrar en primera persona los comentarios tanto de los alumnos que participaron de la experiencia, como del grupo de emprendedores de Gómez que fueron destinatarios directos del Proyecto, mostrando los logros obtenidos gracias a su compromiso y participación, acompañados por este equipo. Los mismos serán expuestos al final del trabajo.

METODOLOGÍA

La metodología se desarrolló en talleres de intercambio de ideas, comenzando con la construcción de un diagnóstico participativo con la comunidad local y emprendedores, acerca de los recursos naturales, culturales, productivos y de servicios de la localidad, que sirva como impulso para la creación de proyectos que revaloricen el territorio, fueron volcados en un mapa elaborado y consensado por los emprendedores que asistieron a los talleres.

Nos propusimos, identificar las principales problemáticas y establecer un orden de prioridades, fomentando vínculos entre emprendedores nuevos y existentes con la idea de generar una red que fortalezca al sector productivo y de servicios, evaluando el grado de desarrollo de los emprendimientos actuales y de las nuevas ideas. Del mismo modo, ordenar las problemáticas identificadas en los talleres y discutir posibles soluciones. Identificar en el mapa de la localidad los emprendimientos productivos, de servicios y atractivos turísticos, y generar espacios de reflexión con el equipo de extensionistas acerca de la marcha del proyecto identificando dificultades y sus posibles soluciones. Los talleres se realizaron cada 15 días, en forma presencial e itinerante, con una asistencia promedio de 10 emprendedores, quienes proponían los lugares de reunión, generalmente era en la casa de alguno de ellos. Es importante destacar la participación activa de los alumnos en todas las actividades propuestas.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

En una primera etapa, se llevaron a cabo reuniones de planificación y formación con el equipo de trabajo, a fin de dinamizar el posterior trabajo en territorio. Mediante talleres y charlas, se proveyó a los extensionistas de las herramientas y estrategias necesarias para el desarrollo de trabajos en territorio.

En una segunda etapa, se desarrolló el trabajo en territorio que contemplo las siguientes actividades: Encuentros participativos sobre aspectos culturales, productivos y ambientales Capacitaciones en emprendedorismo para jóvenes y adultos, enriquecidas con charlas de profesionales en diferentes temáticas para tal fin.

Capacitaciones sobre patrimonio cultural, y ambiental dirigida a emprendedores turísticos y público en general en pos de una valoración turística.

Reuniones de articulación entre los actores involucrados con el fin de conformar una red de trabajo productiva, de dichas reuniones se formó la agrupación de emprendedores de Gómez. En las reuniones se diseñó, con la colaboración de equipo de trabajo el logo de marca de la localidad y el desarrollo de contenidos de la folletería, asimismo y con la colaboración de los extensionistas se diseñó una página de Facebook y el Instagram de Gómez, utilizando el logo ya definido, donde se promociona la historia de Gómez y las actividades que se iban realizando.

En las reuniones surgió la necesidad del curso de manipulación de alimentos para todos aquellos emprendedores que se dedican a la elaboración de pastelería y alimentos, para ese efecto se convocó al CREA de Brandsen. Al curso asistieron 23 personas entre emprendedores, futuros emprendedores y auxiliares de la escuela de Gómez.

Otro punto importante fue la capacitación que la Secretaria de Producción de Brandsen brindó acerca del monotributo social a efectos que formalicen su actividad.

A través de la Ordenanza 49/22 se declaró de Interés Municipal el Proyecto y el Intendente de Brandsen les otorgó un certificado a los emprendedores en ocasión de festejarse el aniversario de Gómez.

Con la identificación de emprendimientos y atractivos turísticos realizado en los talleres, se diseñó un mapa turístico que fue colocado en la entrada de Gómez.

Los integrantes del equipo de trabajo nos reuníamos periódicamente para revisar y analizar las acciones realizadas en relación a los objetivos planteados y dar continuidad al plan de trabajo.

En una tercera etapa nos propusimos el acompañamiento en el desarrollo de los emprendimientos, en el desarrollo de contenidos para su página e Instagram.

PRINCIPALES LECCIONES

Al finalizar el Proyecto, realizamos una reunión de cierre en Gómez con los emprendedores y el equipo de trabajo, les pedimos a los alumnos y a los emprendedores, que nos contaran acerca de su experiencia durante la ejecución del Proyecto y copiamos textualmente sus palabras:

COMENTARIOS DE LOS EMPRENDEDORES

“El proyecto nos brindó herramientas para poder organizar el grupo. Nos fuimos conociendo, ya que, a pesar de vivir en Gómez, muchos no sabíamos del emprendimiento del otro

Surgieron dudas y algunos malos entendidos, el grupo se fue achicando; sin embargo, supimos llevarlo adelante a pesar de las diferencias.

En cada reunión se tratan los temas importantes y decidimos entre todos.

Los emprendedores seguimos trabajando en busca de infraestructura para la comodidad de los emprendedores y en la recuperación de edificios ferroviarios. Aspiramos a tener más capacitaciones y a la incorporación de más emprendedores en el Paseo de artesanos y Emprendedores.”

LA VISIÓN DE LOS EXTENSIONISTAS

“Desde que iniciamos nuestro paso por la Licenciatura en Turismo en la Facultad de Ciencias Económicas (FCE) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) hemos creído necesario complementar la formación impartida en las aulas con trabajo de campo y experiencias profesionales.

El proyecto de Fortalecimiento local de Gómez nos ha servido para descubrir y vivenciar de cerca la otra cara de la profesión, las problemáticas y desafíos que deben abordarse constantemente, y para los cuales debemos prepararnos. Además, permite aplicar diversos conocimientos adquiridos durante el proceso académico y contrastarlos con la realidad.

Es por ello que, encontramos en la experiencia extensionista una gran vía para crecer tanto profesional como personalmente. Una instancia clave para quienes quieran convertirse en protagonistas del sector. Al mismo tiempo es una oportunidad de otorgar nuestro aporte a la sociedad que nos facilita y brinda el privilegio de estudiar en la Universidad Pública.”

REFERENCIAS

Barrera, E.; Muñoz, R. (2003). *Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*. Serie de instrumentos técnicos para la microempresa rural. FIDA. Programa de Apoyo a la Microempresa Rural de América Latina y el Caribe, pp. 13-18

Barrera, Ernesto (2006). *Turismo rural. Nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Editado por CINTERFOR. Organización Internacional del Trabajo. En prensa

Brett, E.A., (1999), *Comprensión de instituciones y organizaciones* en Robinson, D. & otros, *Gestión del desarrollo: Comprensión de las relaciones internas organizacionales*

García Canclini, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. En: *Aguilar Criado, Encarnación (Ed.), Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio* (pp. 6- 33). Consejería de la cultura. Junta de Andalucía.

Gómez S, Rossi E. Márquez G. (2020) Reflexiones situadas sobre la extensión universitaria, la vinculación territorial y la integralidad. *Revista Trayectorias universitarias*. Vol. 6 Núm.11: Prácticas universitarias e integralidad: escenarios y problemas actuales en diálogo con la sociedad / Experiencias y Propuestas. Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires.

Kieffer Maxime (2018) Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural Comunitario. *Revista El Periplo Sustentable* N°34. Universidad Autónoma de México

Manzanal Mabel. (2002). Instituciones y gestión del desarrollo. (Aportes para la construcción de una nueva Argentina). *Realidad económica 118*, IADE Buenos Aires, pp 51-67

Gómez S, Rossi E, Rampello P, Marquez G, Molinari G. (2016) *La construcción del patrimonio local como forma de intervención para descotidianizar el territorio*. Cap. de Libro de 3ras Jornadas de Patrimonio y Desarrollo - Parte 2. ICOMOS Argentina. Pp. 330-340.

Rossi E., Gomez S., Marquez G. y Molinari G. 2019. *Aportes de la economía social y del turismo para el desarrollo comunitario del periurbano platense*. II Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria. Universidad Nacional de Quilmes. Buenos Aires.

Vinasco Guzmán, Martha C. (017) Marco teórico para la construcción de una propuesta de turismo rural comunitario. *Revista de Investigación Agraria y Ambiental – Volumen 8 Número 1*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Colombia

Eje temático N°5: Turismo y Educación

VINCULANDO LAZOS A TRAVÉS DE LA UNNE: RESOLUCIÓN CD N°237/22 FADYCC

Kennedy María Griselda, Nuñez Camelino María, Bezos Roberto, Frada Noelia, Almirón Milva.

Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste

Este Proyecto de **Extensión** abordó uno de los aspectos y problemáticas claves de la escuela secundaria: *la importancia en construcción de la identidad del Patrimonio Natural y Cultural Regional*.

Lejos de priorizar exclusivamente enfoques y estrategias pedagógicas, permitió avanzar en la consolidación colectiva de abordajes integrales de los aspectos claves del Patrimonio Natural y Cultural de la región, en tanto las instituciones escolares, y universitarias se hallan en dicho contexto. También, a posteriori se relacionó con el Municipio de Florencia- Santa Fe.

Las prácticas pedagógicas y propuestas para los estudiantes se enfocaron en favorecer su formación general acerca de las temáticas relacionadas con el ambiente y la cultura y en reforzar su posterior vinculación e inserción con la vida y ámbito universitario.

En su origen surgió por un pedido de acompañamiento técnico que realizaron a la cátedra Ambiente y Territorio I de la Licenciatura en Turismo de la FADYCC dos escuelas Secundarias una publica: Escuela 469 Brigadier Estanislao López y otra privada: EESOPÍ 3130; ambas de la localidad de Florencia- Santa Fe. Luego se sumo a ese pedido el municipio de Florencia a través de la secretaria de Cultura y Turismo.

Posteriormente y evaluando esas necesidades manifestadas por equipos docentes, y municipio, se elabora el presente Proyecto, que finalmente es aprobado por Consejo Directivo de FADYCC por la Resolución N° 237/22.

Entre los principales beneficios del Proyecto se destacan: *la articulación de dos niveles educativos* que permitió involucrar la capacidad institucional y de recursos humanos de la Facultad en el asesoramiento y acompañamiento a las escuelas respecto del trabajo que se propusieron realizar. También se evidenció la dimensión e importancia de las temáticas seleccionadas como centrales hacia el mejoramiento y valoración del entorno local. Asimismo, rescatamos positivamente la disposición y el trabajo previo que se desarrolló tanto en las escuelas secundarias como al interior de la Cátedra, lo que promovió la responsabilidad compartida de ambas instituciones en la ejecución del Proyecto.

El proyecto se desarrolló en tres etapas independientes y consecutivas.

La primera de ellas fue la preparación previa a la visita de estudiantes de ambas escuelas de Florencia a la ciudad de Corrientes. Se realizó entre los docentes de ambas instituciones en virtud de trabajar conceptualmente los aspectos relevantes del Patrimonio Natural y Cultural. En esta etapa se intercambió bibliografía, información básica, infografía, cartografía, etc, a escala regional. Se proyectaron actividades in situ, cronograma, responsables, etc.

En la segunda etapa recibimos en Corrientes a los estudiantes y docentes de Florencia. En la visita fuimos acompañadas por guías del Ministerio de Turismo de Corrientes, guías de sitio del Teatro Juan de Vera del Instituto de Cultura de Corrientes; guías del Museo Vidal de la Provincia de Corrientes, guía de sitio del Museo de Ciencias naturales Amado

Bompland; acompañados durante todo el recorrido por equipo de cátedra de Ambiente y Territorio I. Durante la visita se desarrolló una charla informal a los estudiantes, se respondieron preguntas y se intercambiaron opiniones.

La tercera etapa consistió en la Visita del equipo de Cátedra a la localidad de Florencia donde se desarrollaron exposiciones y producciones de los estudiantes y una charla de Inserción a la Vida Universitaria. Asimismo, se realizó un taller con el Municipio sobre Conservación del Patrimonio Natural y Cultural.

Entre los aspectos relevantes del Proyecto se destacan el acceso de los estudiantes que en algunos casos por primera vez salían de su localidad; el acceso a la información y la atención brindada por equipos multidisciplinario; la conformación de equipos de trabajo de ambos niveles; la experiencia del trabajo colectivo y articulado interinstitucional; las producciones de los estudiantes vinculadas a la conservación y preservación del Patrimonio Natural y cultural de la Región, entre otros.

En este marco se logró que las instituciones responsables del proyecto capitalicen la experiencia desarrollada junto con las escuelas secundarias, no solo en términos de producción de conocimiento y con el objetivo de que se vuelque al proceso formativo de los estudiantes, sino también como futuros alumnos universitarios.

El desafío continúa. Las actividades han continuado en el presente ciclo lectivo.

La experiencia ha sido considerada única y de gran valor académico y formativo para los estudiantes y docentes; como así también de altísimo valor real y potencial de integración entre las instituciones participantes.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

RELEVAMIENTO DE CAMPO EN LOCALIDADES Y ENTIDADES SOPORTE AL GRAN PARQUE IBERÁ

Balestrini Mariana, Frada Noelia Elisa.

Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Resumen

El presente Proyecto de Extensión del Seminario de Desarrollo Turístico Local correspondiente a la Licenciatura en Turismo, Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura (FADYCC), de la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), fue aprobado por la Resolución N.º 211/21 durante el ciclo lectivo 2021. El mismo fue un complemento necesario para que los estudiantes del seminario concluyan el trabajo final de la materia de manera satisfactoria.

El principal objetivo del proyecto es acercar a los estudiantes al territorio bajo estudio brindándoles la oportunidad de interactuar con la comunidad y así reflexionar acerca de las necesidades de generar oportunidades de empleo y una mayor calidad de vida de la población a partir del turismo.

Se trata de una estrategia pedagógica propuesta por la cátedra, pero que no sólo implica un trabajo didáctico, sino que concentra acciones de investigación, extensión y transferencia.

Con el fin de un mayor aprovechamiento de los proyectos presentados por los equipos de estudiantes, desde la Cátedra se consideró propicio trabajar en alguna región geográfica en particular, y así se optó por la región cercana al Gran Parque Iberá. Los casos bajo estudio fueron la EFA Ñande Roga / Aventura Iberá (Loreto Corrientes), Pedro. R. Fernández (Mantilla), Caa Catí, San Antonio de Apipé, Concepción del Yaguareté (Starlight Iberá), Chavarria (Emprendedores). El relevamiento de campo fue la instancia final para recabar la información faltante, entrevistar a los actores principales, realizar una observación de los atractivos y recursos, así como de la infraestructura y demás servicios turísticos con los que cuentan las localidades bajo estudio.

Durante el seminario los alumnos adquirieron conceptos, metodologías y herramientas para diagnosticar, relevar, analizar y proponer un plan de acción turístico con impacto positivo en el desarrollo local de las localidades bajo estudio.

Instituciones Participantes

Organizadores y Coordinadores

Profesores de la Unidad Académica: Seminario Desarrollo Turístico Local

- Profesora Adjunta Magister Mariana Balestrini
- Auxiliar Docente: Noelia Elisa Frada

Colaboradores

Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes

Ministro de Turismo - Lic. Sebastián Slobayen

Municipio y Emprendedores de Chavarría

Director de Turismo del Municipio de Chavarría - Adrián Pérez

Director de Cultura del Municipio de Chavarría - Jose Falcon

Actores de la localidad de Chavarría

EFA Ñande Roga

Director Marcelo Guzmán

Alumnos y Profesores

Municipio y Emprendedores de Pedro. R. Fernandez

Actores del turismo y emprendedores

Emprendedores de Isla Apipé Municipio de San Antonio

Municipio de Caa Catí

Municipio de Loreto

Municipio y Emprendedores de Concepción

Representante de Comité Iberá en Concepción: Gastón

Los principales *beneficiarios* de esta propuesta fueron en primer lugar los municipios, actores locales (públicos y privados) e instituciones educativas de las localidades de Loreto (Corrientes), Pedro. R. Fernández (Mantilla), Caá Catí, San Antonio de Apipé, Concepción del Yaguareté, Chavarría. Seguidamente los estudiantes de la cátedra Seminario de Desarrollo Turístico Local

Respecto a los *alcances* de la experiencia de extensión, fue que cada estudiante o grupo realice una propuesta para desarrollar alguna oferta turística relacionada al Iberá, preferentemente en municipios o instituciones que no cuenten con desarrollo turístico. Esto implica un trabajo de campo para observar y comprender la realidad de las localidades y entidades bajo análisis, asimismo, brinda la oportunidad al estudiante de utilizar en el terreno las herramientas construidas para: identificar y comprender el grado de desarrollo turístico de un destino, su sustentabilidad y sostenibilidad, el grado de participación local y los aportes de la actividad al desarrollo inclusivo.

En este propósito, capturar la información necesaria para proponer planes de acción, programas o políticas públicas que fomenten el desarrollo local sustentable y que puedan ser implementados por las localidades bajo análisis.

Actividades Desarrolladas

Durante el dictado de la cátedra se generaron herramientas para identificar y comprender el grado de desarrollo turístico de un destino.

Primero, se elaboró un diagnóstico y análisis de las localidades bajo estudio a través de fuentes secundarias y entrevistas realizadas a actores de la localidad aportados por la cátedra.

Posteriormente, se han construido herramientas de relevamiento, mediante la utilización de diferentes técnicas, estrategias y herramientas de relevamiento, procesamiento y análisis e interpretación de la información. Luego, se han creado un mapa de actores de las localidades.

Seguidamente, fue necesario realizar un trabajo de campo para completar el diagnóstico realizado en las investigaciones anteriores, el objetivo del mismo fue: finalizar la construcción del mapa de actores a través de las entrevistas a realizar; relevamiento de recursos y atractivos; validar la cadena de valor del turismo construida en los trabajos prácticos; corroborar que el diagnóstico realizado a través de fuentes secundarias y entrevistas telefónicas se realizó correctamente o realizar modificaciones y justificarlas; entender a través de entrevistas con actores clave, cómo se está gestionando el proceso de desarrollo turístico y proponer o recomendar elementos para su mejora; comprender la gobernanza del destino turístico / localidad. Proponiendo indicadores para medir el nivel de gobernanza; comprender el grado de participación que tienen los actores locales en las decisiones turísticas de la localidad o territorio bajo análisis, que permita generar propuestas.

Las actividades previas posibilitaron reunir los elementos necesarios para realizar una propuesta final de Plan de Acción que incluya programas y proyectos y un plan de inversiones públicas y privadas; elementos que se incluirán en el trabajo final de la materia además de ser presentado al equipo municipal / asociación de prestadores / actores participantes, de la localidad / territorio, bajo estudio.

La experiencia de extensión tuvo una duración de 80 horas reloj y contó con el acompañamiento de las docentes durante las salidas al territorio. Los estudiantes seleccionaron los casos de estudio sobre la base de una propuesta del equipo docente, para cada caso se esperaba un producto final cuyo objetivo es por un lado la incorporación de los conceptos aprendidos en las clases, su aplicación a la realidad y por otro crear una propuesta factible de ser aplicada por la localidad o entidad participante.

Los *aspectos relevantes de la experiencia* educativa se destacan la posibilidad de participar en equipos multidisciplinarios para planificar y ejecutar acciones en el campo del desarrollo y gestión local del turismo. Además, detectar recursos naturales y culturales pasibles de ser polos de desarrollo turístico. Al mismo tiempo, los estudiantes pudieron adquirir capacidades para analizar problemáticas de la gestión y administración turística y llevar adelante acciones, plantear estrategias y manejar técnicas en el marco propio de las organizaciones turísticas.

Entre los trabajos desarrollados, se puede mencionar el proyecto “Llegó el Turista – Chavarría, Corrientes”, mediante el cual se promovió a Chavarría como uno de los portales a los Esteros del Iberá, logrando la llegada de los primeros turistas a la localidad.

En esta localidad, se potenció como atractivo la labor de emprendedores locales y el desarrollo de los artesanos como uno de los productos diferenciadores de la localidad.

Otro de los proyectos se realizó en la “EFA Ñande Roga”, una escuela de familia agrícola ubicada en San Miguel, en cercanías del Portal San Antonio, de acceso al Iberá, por lo que el objetivo fue que la escuela pueda incluir entre sus actividades la realización de

servicios para turistas que llegan al Iberá, así como incluir al turismo rural como salida laboran dentro del plan de estudio de la escuela.

En la comuna de Pedro R. Fernández, actualmente denominada oficialmente como Mantilla, se avanzó con un plan de acción turística para el desarrollo local, este plan que fue tomado por el municipio como base para revalorizar el patrimonio cultural e histórico, aprovechar sus atractivos naturales, y en particular para sumarse al astroturismo como oferta turística.

PRINCIPALES LECCIONES/CONCLUSIONES

Esta propuesta posibilitó la concreción de distintas ideas-proyectos para promover el desarrollo turístico en municipios cercanos al Parque Iberá. Varias de las propuestas, trabajadas por docentes y estudiantes, fueron aprovechadas y continuadas por organismos municipales e instituciones locales.

Al finalizar los estudiantes lograron desarrollar seis propuestas de Plan de Acción de los casos bajo su estudio, y fueron sociabilizados con los distintos actores de las localidades, contribuyendo con el desarrollo de planes programas y proyectos y la ejecución de futuras acciones en pos del desarrollo local.

Los proyectos presentados fueron: : “Proyecto Llegó el Turista – Chavarría, Corrientes”, Plan de Vinculación: “EFA Ñanderoga, Portal San Antonio y Loreto”, “Plan de acción conjunto de Loreto, Chavarría y Concepción para ofrecer Astroturismo como una nueva experiencia en Iberá”, “Plan de acción turística para impulsar el desarrollo local de Caá Catí”, Plan de Acción turístico para el Desarrollo Local Isla Apipé” y “Propuesta de Plan de Acción Turístico para el Desarrollo Local Pedro R. Fernández (Mantilla)”.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

TURISMO Y EDUCACIÓN. DEL VOLUNTARIADO UNIVERSITARIO A LAS ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN PARA LA CONCIENTIZACIÓN TURÍSTICA Y AMBIENTAL EN DESTINOS COSTEROS

Benseny Graciela.

Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Grupo Turismo y Territorio Espacios Naturales y Culturales, Universidad Nacional de Mar del Plata

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo reseña experiencias de Extensión realizadas por el grupo “Gestores Costeros”, dentro del ámbito de la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP), basadas en la realización de una serie de actividades de capacitación y sensibilización social a través del trabajo participativo, a fin de lograr un cambio de conducta social que encamine estrategias de acción en comunidades costeras hacia sociedades sustentables. Para ello, se realizaron charlas informativas, talleres de reflexión y/o discusión, jornadas de asesoramiento, muestras itinerantes, recorridos y visitas, módulos de lectura, aprendizaje colectivo y otras.

El objetivo general de la ponencia aspira difundir las experiencias formativas del grupo Gestores Costeros, integrado por estudiantes, docentes y graduados de la Universidad Nacional de Mar del Plata, cuyo accionar se basa en los principios de la Educación Ambiental Costero-Marítima.

Se encuadra bajo la modalidad de un proyecto de extensión que busca transferir a las comunidades involucradas y en diferentes rangos de dificultad, los conocimientos adquiridos en el ámbito universitario. Los graduados y estudiantes actúan como Gestores Costeros –bajo los principios de la Gestión Integrada de Áreas Litorales- en el trabajo de campo a partir de su servicio y compromiso social, para la identificación, mitigación y/o resolución de algunas de las problemáticas y la generación de propuestas en procesos participativos en la gestión del espacio en el que viven y del cual forman parte.

Desde la academia se busca construir un espacio de reflexión y análisis de la problemática ambiental en destinos costeros, propiciando la formación de recursos humanos en la gestión y ordenación territorial. La ponencia constituye un informe de avance de la investigación “Aportes de la Geografía del Turismo para la comprensión del proceso de turistificación del partido de General Pueyrredon”, que está desarrollando el Grupo Turismo y Territorio Espacios Naturales y Culturales, del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Entre los antecedentes de la conformación del grupo Gestores Costeros, se destaca la creación de la asignatura optativa “Geografía de las áreas litorales y los espacios urbano-portuarios”, correspondiente al Área Social, del Departamento de Geografía, en la Facultad de Humanidades (UNMdP). A partir de un relevamiento realizado por la Profesora Titular Dra. Mónica García, surge una marcada ausencia de asignaturas con

esta orientación en la oferta educativa de la ciudad. Por tanto, desde la cátedra se aspira a consolidar un espacio de aprendizaje y búsqueda de conocimiento que permita mejorar la articulación docencia-investigación-acción en problemáticas costeras.

Luego, surgió la posibilidad de presentar un proyecto en una convocatoria de Voluntariado Universitario, identificado como: “Territorio, sociedad y ambiente en el sudeste bonaerense. Identidades locales y promoción social (Parte I), que resultó aprobado y financiado por la Secretaría de Políticas Universitarias, del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología Nacional. Se logró formar un equipo de trabajo muy entusiasta que favoreció la presentación en la siguiente convocatoria, sobre la misma temática (Parte II), dirigido por Dra. Mónica García, durante el período 2007-2009.

La preocupación por las problemáticas ambientales fue creciendo, situación que favoreció la presentación del Subproyecto “Mar, Sociedad y Ambiente”, derivado del anterior y coordinado por MsC. María Marcela Eraso. El objetivo general de este proyecto se centró en la necesidad de generar conciencia en la población sobre los impactos ambientales originados en la ciudad. Se definieron diversos talleres y actividades de reflexión, e implementó en diferentes escuelas de Enseñanza General Básica (EGB), con carácter municipal, del partido de General Pueyrredon. En un primer momento, se logró formar un equipo integrado por siete estudiantes voluntarios de las carreras de Profesorado y Licenciatura en Geografía de la UNMDP.

Al finalizar el proyecto, se realizó una nueva presentación en la línea de Voluntariado Universitario (2009), denominada “Capacitación de voluntarios como Gestores Costeros. De la educación ambiental al proceso participativo de gestión costera”, resultando una instancia formativa y de capacitación para los estudiantes en temas específicos de la gestión de costas; y una etapa de construcción del conocimiento y producción de herramientas didácticas y de comunicación de las problemáticas costeras hacia la sociedad. Como resultados más importantes pueden mencionarse la elaboración del material didáctico por parte de los alumnos voluntarios, la realización de campañas de concientización estivales y muestras itinerantes durante el resto del año.

En la siguiente convocatoria se presentó la Segunda Parte del mencionado proyecto, que tuvo como objetivo la difusión y proyección de las problemáticas costeras y su necesidad de gestión integral hacia la comunidad representada por estudiantes, docentes, comunidades locales costeras, turistas y residentes usuarios de las playas, sociedades vecinales y de fomento, ONG, funcionarios, público en general, etc. Entre los principales resultados del trabajo se encuentran las campañas estivales en playas, las muestras itinerantes durante el año, la participación activa en Asambleas en Defensa de los espacios marítimo-costeros, y la edición y publicación del libro Gestores Costeros.

Luego, surgió la oportunidad de presentar el proyecto en una convocatoria realizada por la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (2011), denominada “Gestores Costeros”. El objetivo general se basó en transferir la experiencia de los primeros estudiantes, que trabajaron en la secuencia de los proyectos de voluntariado universitario, hacia los nuevos estudiantes que han decidido incorporarse y darle continuidad al Proyecto Inicial surgido en el ámbito de la UNMDP, Facultad de Humanidades (Departamento de Geografía), y radicado luego a la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (Área de Turismo).

En forma simultánea, y como resultado del vínculo forjado por diferentes actividades realizadas, surgió la posibilidad de replicar el Proyecto “Gestores Costeros” en la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (UNPSJB), a través del Proyecto “Voluntad sinérgica: Sentir, Pensar y Actuar. Educación Ambiental en la costa del Barrio Stella Maris”, dependiente del Departamento de Geografía de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, sede Comodoro Rivadavia, a cargo de la Lic. Ana

María Raimondo. Esta instancia de trabajo compartido con otra Universidad Nacional, le permitió a nuestros estudiantes afianzar la relación Universidad-Comunidad, y transmitir su experiencia –bajo la modalidad de un Taller de Intercambio- para capacitar a alumnos de otra universidad y trabajar en conjunto. La sinergia generada entre ambos grupos constituye una fortaleza para el desarrollo de las actividades.

El Proyecto de Extensión Gestores Costeros aspira la transferencia de conocimientos y recomendaciones del cuidado ambiental de las áreas litorales, la sensibilización y concientización de las comunidades, buscando cambios actitudinales en pos de la sustentabilidad del espacio litoral, basado en actividades de intercambio, charlas en instituciones educativas y de fomento, elaboración de material de difusión, participación en espacios de capacitación de diferentes grupos sociales (niños, adolescentes y adultos), y en espacios de exposición con la Muestra Itinerante “Gestores Costeros Van a las Escuelas”, así como también, en campañas de sensibilización con reparto de folletería informativa y desarrollo de actividades lúdicas de información en espacios recreativos (como playas en temporada estival) no sólo contribuye a un mayor acercamiento y participación solidaria de los estudiantes universitarios, que devuelven sus conocimientos y oportunidades de estudio a la sociedad, a la vez que asisten a la consolidación de lazos y redes entre los actores sociales intervinientes, sino que también redundan en amplios beneficios para las comunidades involucradas.

Dado que el proyecto se encuentra radicado en la Secretaría de Extensión de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, donde se dicta la carrera Licenciatura en Turismo, se articuló con la asignatura “Prácticas Comunitarias” (donde los estudiantes realizan diferentes actividades vinculadas directamente con la comunidad local), se presentaron los lineamientos generales del proyecto y abrió un registro de postulantes interesados. Una vez seleccionados, se realizaron jornadas de capacitación para el nuevo equipo de Gestores Costeros. Se diseñó un Programa de Capacitación para realizar en escuelas públicas y privadas, contemplando diferentes renglones educativos: Inicial, Primario, Secundario, Formación Profesional, y en un ámbito de educación no formal realizado en la Colonia de Vacaciones de Mar Chiquita.

En forma paralela, con la colaboración de los estudiantes, se diagramaron diferentes actividades para realizar en función de la edad del público destinatario. Para los más pequeños (Inicial) se elaboró un libro de tareas “Gestores costeros: para aprender jugando I”, en base al diseño de juegos didácticos (sopa de letras, tablero de coincidencias, búsqueda de palabra oculta, laberinto, imágenes, sopa de letras, crucigramas, búsqueda de semejanzas y diferencias, operaciones matemáticas, con elementos de la zona costera y problemáticas ambientales etc.).

Para el nivel Primario, se aplicó similar metodología incorporando mayor grado de dificultad “Gestores costeros: para aprender jugando II”. Todas las actividades están relacionadas con problemáticas costeras (erosión, basura en las playas, uso de vehículos en la playa, construcción de estructuras duras en la costa, etc.). En ambos casos, se incorporan actividades más complejas para resolver en compañía de los padres, e implicar a los adultos en las problemáticas analizadas. A partir del juego se espera fortalecer la conciencia ambiental de los pequeños y sus padres. Para los niveles Secundario y Formación Profesional se elaboró un Cuadernillo de Actividades y confeccionó un documento, con contenido teórico-práctico planteando cuestiones y experiencias sobre problemáticas costeras “Capacitación en problemáticas costeras”.

Para la Muestra Itinerante “Gestores Costeros van a las Escuelas” se confeccionaron doce banners con temas vinculados a la problemática ambiental-costera y material didáctico para implementar en las instancias de capacitación en establecimientos educativos. Se realizaron en escuelas públicas, privadas, laicas y/o religiosas. Los Gestores Costeros

concurrían con los banners y el material didáctico, trabajando en el aula el material elaborado y socializando las conclusiones con la comunidad educativa, mediante su publicación en un lugar de espacio común y paso obligatorio dentro de cada Escuela. En nivel Inicial se trabajó en dos Escuelas con 90 niños y 1050 estudiantes de toda la comunidad; en Primario 25 niños y 400 estudiantes de la institución; en Secundaria 66 niños y 560 la población total; y en Formación Profesional 50 personas y 1140 alumnos de otros cursos. También, se realizó una experiencia con 30 estudiantes de la Colonia de Vacaciones de Mar Chiquita.

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

El espíritu del proyecto se basa en la transferencia de conocimientos y recomendaciones del cuidado ambiental de las áreas litorales, la sensibilización y concientización de las comunidades, buscando cambios actitudinales para alcanzar un desarrollo sustentable del espacio litoral. En este sentido, las actividades de intercambio, las charlas en instituciones educativas, el material de difusión, los espacios de capacitación de diferentes grupos sociales (niños, adolescentes y adultos), los espacios de exposición, la “Muestra Itinerante Gestores Costeros van a las Escuelas” y las campañas de sensibilización con reparto de folletería informativa y desarrollo de actividades lúdicas de información en espacios recreativos (en la playa durante la temporada estival), contribuye a un mayor acercamiento y participación solidaria de los estudiantes universitarios, que devuelven sus conocimientos y oportunidades de estudio a la sociedad.

Finalizadas las Prácticas Comunitarias de nuestros estudiantes, fue posible reunir y sistematizar toda la información recolectada, en la publicación del libro “Gestores costeros. De la teoría a la práctica: una aplicación en áreas litorales”, editado por la Universidad Nacional de Mar del Plata, ISBN 978-987-543-755-5. El libro se desarrolla en tres partes; la primera presenta el enfoque teórico-metodológico y la relación entre el área litoral y el turismo; la segunda se centra en la aplicación en áreas litorales y reúne una síntesis de las monografías de graduación de los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Turismo, vinculadas con temáticas ambientales en destinos costeros; y la tercera parte compendia el relato de las experiencias educativas en la voz de nuestros Gestores Costeros. Si bien el libro tiene formato papel, luego se digitalizó y se encuentra disponible en repositorio institucional de la producción académica y científica de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, en: <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2206/1/benseny.etal.2013.pdf>

PRINCIPALES LECCIONES/CONCLUSIONES

A través de las acciones realizadas, se contribuyó a la formación profesional de los estudiantes universitarios como Gestores Costeros, mediante la capacitación en temas ambientales y la realización de una práctica docente, que propició el compromiso de la Universidad hacia la comunidad y viceversa.

Se espera que el accionar del grupo favorezca un mayor acercamiento y participación solidaria de los estudiantes universitarios, devolviendo sus conocimientos y oportunidades de estudio a la sociedad, consolidando lazos y redes entre los actores sociales intervinientes, para beneficiar a las comunidades costeras afectadas por problemáticas turístico-ambientales, donde muchas veces sufren las consecuencias sin conocer las causas, y aun conociéndolas carecen de las herramientas necesarias para concientizar a las autoridades.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

CARLOS BEGUERIE: LA CONTRIBUCIÓN DE LA UNIVERSIDAD EN EL DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE

Figueredo Selva, Leiva Yamila, Melián Oriana.

Universidad Provincial de Ezeiza

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Desde la Coordinación de las carreras de Turismo de la Universidad Provincial de Ezeiza (UPE), se llevó adelante en los años 2021 y 2022 el proyecto Turismo Rural Sostenible en Carlos Beguerie, localidad rural del municipio de Roque Pérez. En el marco de un convenio con el municipio, para la definición del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible, surgió esta propuesta que se materializó con la presentación a la convocatoria de proyectos de extensión universitaria 2020.

El objetivo general del proyecto es fortalecer a la comunidad de Carlos Beguerie en relación con el desarrollo del Turismo Rural Sostenible, teniendo como ejes los temas: salud y bienestar, educación de calidad inclusiva y equitativa, igualdad entre los géneros, empoderamiento de las mujeres y niñas, medidas para combatir el cambio climático. Para ello se coordinaron distintas actividades de capacitación y reuniones tanto presenciales como virtuales.

Los destinatarios de este trabajo fueron jóvenes y adultos de la localidad de Carlos Beguerie, prestadores locales y funcionarios del municipio y de la dirección de turismo. Además de docentes, graduados, becarios y estudiantes de la Universidad Provincial de Ezeiza (UPE).

Las distintas actividades propuestas aportaron a los Objetivos de desarrollo Sostenible¹¹ (ODS) promoviendo el desarrollo local ¹² sostenible.

La metodología que se utilizó fue la realización de distintas actividades y talleres participativos para recopilar información y además se utilizó la técnica de observación directa y toma de notas en situ.

¹¹ En septiembre de 2015, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que incluye 17 objetivos y 169 metas. Estos objetivos buscan erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar la igualdad y prosperidad para todos. El turismo juega un papel clave en los Objetivos 8, 12 y 14, relacionados con el desarrollo económico sostenible, producción y consumos sostenibles, y uso sostenible de los océanos y recursos marinos. Dada la amplitud de su alcance e impacto, el turismo puede contribuir directa o indirectamente a la realización de todos los 17 Objetivos. (OMT, 2018).

¹² El desarrollo local surge al aprovechar los recursos del territorio, como los patrimoniales transformados en atractivos turísticos, impulsando un crecimiento económico y social mediante la actividad turística. Esto mejora la calidad de vida de los pobladores y considera los ejes social, cultural, político y ambiental, con la participación activa de la población (...) cuando los habitantes valoran sus patrimonios y se implementan políticas sostenibles para promover el turismo, se enriquece la comunidad y se favorece el desarrollo turístico local (Figueredo, 2022)

Carlos Beguerie, pertenece al Municipio de Roque Pérez, Provincia de Buenos Aires. Está ubicada a 27 km de Roque Pérez, cabecera del distrito, y a 139 km de la Ciudad autónoma de Bs As (CABA) Según el último censo (2022) posee una población de 450 habitantes.

Actualmente la comunidad se caracteriza por la búsqueda constante de preservar su patrimonio cultural y natural, promoviendo el cuidado del ambiente. Tiene un incipiente desarrollo turístico rural, característico de la provincia de Buenos Aires que busca fortalecer y aprovechar los beneficios del turismo.

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

Entre las distintas acciones que se realizaron, se incluyeron el “taller de ambiente natural y plantas nativas de la región” con el objetivo de sensibilizar sobre la importancia del cuidado del ambiente natural y de las plantas autóctonas a la comunidad, teniendo en cuenta el cambio climático y sus efectos; taller de concientización sobre “género y ruralidad” llevado a cabo por profesoras de la Universidad expertas en la temática, taller “hablemos de identidad y de arraigo” a cargo de especialistas en psicología y profesor de la Universidad, con el fin de identificar los valores tangibles e intangibles del pueblo y obtener una visión general de cómo se veían los beguerienses, sus particularidades y diferencias con otras localidades rurales. Todas las tareas que se propusieron tuvieron como objetivo promover el trabajo en red en la comunidad del pueblo de Carlos Beguerie, se convocó a emprendedores y habitantes locales para poder elaborar un diagnóstico de situación y conocer las problemáticas existentes. Además, se utilizaron distintas herramientas metodológicas de participación comunitaria a fin de delinear una futura planificación estratégica.

LECCIONES APRENDIDAS/CONCLUSIONES

Se destaca la necesidad de capacitación y sensibilización en la temática relacionada con el turismo sostenible. Se reconoce la importancia del papel de la Universidad para facilitar el encuentro de propuestas comunes y superar desacuerdos, mediante un trabajo conjunto que busque mejorar el diálogo. Además, se destaca el aporte de los actores públicos en brindar herramientas útiles para el desarrollo local sostenible y ofrecer servicios de calidad a los turistas, como así también a la hora del control de las prestaciones. Se señala la falta de involucramiento de algunos emprendedores relacionados con la actividad turística, especialmente debido a la carencia de información y desconocimiento en temas relacionados directamente con esta actividad. También se evidenciaron algunas diferencias y falta de comunicación entre los distintos actores.

La experiencia fue muy bien recibida por la comunidad local, un aspecto relevante fue la oportunidad de compartir un intercambio genuino con los pobladores, que se volvió cada vez más profunda a medida que avanzaba la jornada, además se expusieron algunas de las problemáticas existentes para el desarrollo del turismo sostenible en Carlos Beguerie. Se pudo observar un real interés en la comunidad local por la búsqueda de mejoras, y este evento fue un nuevo impulso para retomar y mantener un canal fluido de conversación para seguir trabajando en conjunto con la Universidad en el desarrollo del turismo sostenible del destino.

EL trabajo realizado en el destino ilustra además la importancia del aporte de la universidad en el desarrollo local, ya que su contribución a través de la investigación, la educación y la extensión universitaria puede promover el crecimiento económico, social y cultural de la región

Propuestas y Sugerencias: Es importante dar continuidad al trabajo en Carlos Beguerie para consolidar el desarrollo sostenible en el destino. Por ello se realizan algunas propuestas como incluir a otros actores en distintos proyectos, en la que se brindan talleres sobre patrimonio y turismo para sensibilizar y concientizar a la comunidad local.. Generar alianzas además con otros destinos turísticos cercanos y promover el trabajo en red y buenas prácticas. También promover la participación de los estudiantes de la UPE como parte de sus prácticas profesionalizantes.

Fomentar emprendimientos responsables para generar empleo local y crear nuevos productos turísticos destacando la riqueza natural y cultural del destino.

Facilitar y formalizar espacios de encuentros e intercambios entre los actores de la comunidad para fortalecer la identidad local y promover el diálogo en temas relevantes para el desarrollo turístico.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

LA EXTENSIÓN COMO ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE EN EL MARCO DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES I Y II (UNPSJB)

Collueque Juana María, Quintana Laura Beatriz, Rossi Romina Paula.

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Sede Comodoro Rivadavia

La actividad turística actual requiere profesionales comprometidos con la realidad social, económica y cultural del lugar. Para ello es necesario que los futuros profesionales en Turismo aborden conocimientos académicos teóricos y prácticos, que contribuyan al desarrollo turístico, teniendo en cuenta la sostenibilidad de los recursos con los cuales opera.

Partiendo de la idea de que las prácticas profesionales son “actividades de integración curricular en terreno” se espera desde la función docente, asegurar aprendizajes duraderos y una participación activa de los estudiantes al momento de abordar los contenidos mínimos.

La formación académica ofrece marcos teóricos donde los estudiantes realizan sus reflexiones cotidianas, la puesta en práctica de esos conocimientos requiere espacios particulares de aprendizaje donde relacionar esos conocimientos con la realidad turística patagónica. Para ello la inclusión de las Prácticas Profesionales en el programa de formación apuntan a desarrollar estos espacios de aprendizaje y reflexión acerca de la realidad turística local y regional; siendo las actividades de extensión estrategias innovadoras para la formación, que permiten generar procesos innovadores, creativos y de ruptura con el estilo didáctico habitual.

En el marco de las Prácticas Profesionales I y II, correspondiente al segundo y tercer año de la Tecnicatura y Licenciatura en Turismo respectivamente, se plantean diferentes propuestas de extensión.

En el caso de la Práctica Profesional I, se desarrollan Prácticas Pedagógicas en los Museos de la ciudad. Las mismas son de carácter voluntario bajo el requisito de aprobar la asignatura. El tiempo estimado de la práctica es de 20 (veinte) días con una carga horaria de 4 (cuatro) horas diarias. En esta oportunidad, se espera que el estudiante participe activamente en las tareas que la institución demande como por ejemplo archivos, conservación, comunicación e interpretación entre otras.

La Práctica Profesional II, desde hace más de 10 años, participa de un evento organizado por la Dirección de Orientación Educativa dependiente de la Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, denominado “La Uni te recibe”. Este acontecimiento se realiza entre los meses de mayo y junio de cada año y consiste en un día en el cual todas las Facultades realizan una muestra de la oferta académica. Asimismo, se dan a conocer los servicios que proporciona la universidad, como becas, biblioteca, deportes.

El aporte de las prácticas es el de organizar y ejecutar visitas guiadas por el edificio de la Universidad y dar a conocer información sobre la vida universitaria, siendo los estudiantes de los últimos años los destinatarios de la visita. Asimismo, se trabaja en

conjunto con los estudiantes de la Práctica Profesional I, del segundo año de la Tecnicatura y Licenciatura en Turismo en la recepción y orientación de los visitantes.

Otra actividad que comparten las Prácticas Profesionales es la participación en la Expo Turismo Comodoro organizada anualmente por la Municipalidad de Comodoro Rivadavia a través del Ente Comodoro Turismo, en este caso el destinatario es la comunidad en general. Este evento ha ganado cada vez más relevancia desde el 2012, donde confluyen la oferta turística, presentación de destinos, gastronomía y propuestas para toda la familia y charlas alusivas al lema de la Organización Mundial del Turismo. En esta experiencia, los educandos de las Prácticas Profesionales I y II básicamente, realizan tareas de asistencia y recepción en el stand de la Carrera de Turismo. El propósito general es dar a conocer la carrera, y sensibilizar a los asistentes al evento en materia turística y patrimonial. La actividad permite que los estudiantes interactúen con actores del sector público y privado; generando una dinámica donde son partícipes como expositores y asistentes, reconocen los diferentes servicios turísticos, se involucran con prestadores; de esta forma se afianzan en las relaciones públicas, entre otros objetivos.

Otra de las experiencias de extensión, en el caso de la Práctica Profesional II es la ejecución de circuitos turísticos a solicitud de diferentes instituciones educativas. De acuerdo a los requisitos pedagógicos planteados por los docentes, se han realizado circuitos peatonales por el centro de la ciudad para 3er. grado de nivel primario. En otra oportunidad, las visitas guiadas se efectuaron por barrios históricos declarados de interés patrimonial, y estuvieron destinadas a los alumnos de segundo y cuarto año de nivel secundario.

Desde el año 2022 se ha planteado desde la Secretaría de Extensión de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, la idea de implementar la organización de un equipo permanente para el armado y gestión de stands institucionales. La experiencia inicial fue en el marco de un evento denominado Expo Industria en el mes de octubre, donde los estudiantes realizaron diversas actividades organizativas, resolución de problemas y de atención al público. Se ha planteado la continuidad del equipo en las actividades de extensión en el presente año, a partir de los eventos a desarrollarse durante el segundo semestre de 2023.

A modo de conclusión podemos afirmar, que las propuestas extensionistas constituyen el vínculo entre la universidad y la comunidad, porque permiten la retroalimentación entre la formación de los futuros profesionales y su contribución a diferentes instituciones. Las actividades de extensión resultan de una importancia fundamental para las Prácticas Profesionales, ya que permiten al alumno adquirir las destrezas, actitudes y valores propios necesarios para el desempeño profesional en la actividad turística.

La experiencia ha demostrado que participar en eventos como las Expo Turismo y realizar prácticas pedagógicas es una forma de involucrar a los estudiantes en su futuro ámbito laboral.

Finalmente, las actividades de extensión inciden positivamente en el proceso de enseñanza y aprendizaje de las Prácticas Profesionales, dado que posibilitan la adquisición de las destrezas por parte de los alumnos para desempeñarse de manera efectiva en las instancias evaluativas finales. Constituyen un escenario ideal para la relación dialógica entre teoría y práctica, facilitando la apropiación reflexiva de conocimientos y saberes.

Eje temático N°5: Turismo y Educación

EL TALLER DE PRÁCTICA DE CAMPO INTEGRADA COMO ESPACIO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Marenzana Natalia Lorena, Martínez María de la Paloma, Herrero José Martín, Nahuelquir Paola.

Universidad Nacional del Comahue

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

El taller de práctica de campo Integrada, es una asignatura del 2º año de la carrera Licenciatura en Turismo, que se dicta en la Facultad de Turismo, de la Universidad Nacional del Comahue (Neuquén, Patagonia Argentina).

El Plan de la carrera “Licenciatura en Turismo”, menciona como una de sus incumbencias “Realizar estudios e investigaciones relacionados con los recursos, los servicios, las actividades y demás temas que abarcan la problemática turística”. En función de ello, el Taller de Práctica de Campo Integrada (TPCI en adelante) se transforma en un ámbito de actuación interdisciplinaria, donde se integran y articulan diferentes perspectivas profesionales. De esta manera, la tarea de analizar y actuar sobre un aspecto de la realidad turístico-recreativa, a través de un abordaje de carácter integrador, tiende a la construcción de un conocimiento teórico-metodológico de un destino turístico desde un enfoque interdisciplinario de planificación participativa y gestión asociada.

Es una asignatura que desde su denominación, pretende constituirse en una modalidad diferente de aprendizaje, dado que según la ordenanza que regula esta carrera, “El taller es un espacio de producción colectiva o de aprendizaje práctico para el desarrollo de una habilidad manual o intelectual a través del tratamiento colectivo del área de competencias, áreas de problemáticas o temáticas especiales que requieran una habilidad específica” (Art 33. Ordenanza N° 640/96).

En este taller se resignifican los conocimientos internalizados en las asignaturas cursadas durante el primer año de la carrera: Introducción al Turismo, Áreas Naturales I, Recursos Culturales I y II y Estadística I. Estos, por aproximaciones sucesivas, se aplican al proceso de planificación y gestión del desarrollo turístico en una práctica concreta que implica la inserción en un campo de actuación directamente vinculado con la práctica profesional del Licenciado en Turismo.

Asimismo, el taller es un proceso participativo que, partiendo de las fortalezas y debilidades de sus participantes, construye un aprendizaje colectivo y autónomo, resignificando lo conceptual y lo metodológico a través de la elaboración de un producto social, cooperativo, solidario y democrático.

Esta asignatura busca, por tanto, resignificar la construcción de conocimientos teórico-prácticos y propiciar actitudes de compromiso, responsabilidad social y solidaridad; de manera de abordar desde una perspectiva interdisciplinaria y participativa la problemática turística, mediante el desarrollo de estrategias de intervención en un destino turístico concreto.

En función de lo anteriormente explicitado, esta primera aproximación a las tareas del planeamiento turístico, constituyen un abordaje pedagógico que parte de la realidad y de sus conflictos en busca de marcos teóricos conocidos, que permitan identificar

problemáticas y potencialidades, comprenderlas y elaborar propuestas de solución u optimización.

La propuesta de trabajo que se presenta se enmarca dentro de la instancia pedagógica “situación de prueba, en la cual se pretende que se integren saberes y prácticas relevantes de competencias tipificantes de las actividades que los egresados desempeñarán en los ámbitos ocupacionales para los cuales fueron formados” (Lafourcade y otros, 1996). Con ello, se pretende brindar “un conjunto específico de tareas que integran la teoría y práctica en actividades contextualizadoras, seleccionadas por ser representativas o más tipificantes del quehacer del campo para el cual se están formando los estudiantes y para cuya resolución se requiere de un adecuado manejo e integración de saberes” (Lafourcade y otros, 1996)

Asimismo, conforme lo especifica los “Lineamientos para la mejora de la formación de recursos humanos en turismo” (Mintur, 2013); a fin de poder alcanzar las metas de comprensión definidas para los Licenciados en Turismo, resulta indispensable “realizar salidas de campo u actividades prácticas que permitan la observación de instancias de instrumentación de la gestión pública”; “prácticos que permitan ejercitar y aplicar los conocimientos específicos sobre planificación turística” (Mintur, 2013:41-43)

Por ello, el programa de actividades tiene por objeto brindar instancias de reflexión e integración de conocimiento, que le permita al estudiante reflexionar, interpretar, vincular y evaluar los contenidos desarrollados, y aplicarlos en un caso real.

Así, en el recorrido que viven los estudiantes desde el planteamiento original de un problema y una potencialidad hasta su solución, trabajan de manera colaborativa en pequeños grupos, compartiendo en esa experiencia de aprendizaje la posibilidad de practicar y desarrollar habilidades, de observar y reflexionar sobre actitudes y valores.

Esta asignatura, cuenta con la particularidad que el equipo de cátedra está conformado por 3 docentes de las distintas materias que los estudiantes cursaron en 1º año de la carrera: Introducción al Turismo, Áreas Naturales I y Recursos Culturales I y II; además de docentes de una asignatura que cursarán en el 3º año: Planificación y Gestión Turística: ello se debe, a que el TPCI constituye un primer acercamiento al proceso de planificación turística.

La dinámica del taller tiene como objetivo, además, recrear juntos (estudiantes y docentes) metodologías y técnicas de las que se valen los planificadores y gestores para intervenir en los espacios recreativo-turísticos, resignificando los conceptos, procedimientos y actitudes de las materias cursadas en el primer año a la luz de un caso de estudio para el desarrollo turístico de una comunidad.

Asimismo, es acompañado por una salida al terreno, a un destino turístico, generalmente de las provincias de Río Negro o Neuquén, lo que les permite integrar su experiencia en el abordaje teórico de los contenidos, con su aplicación práctica, en un contexto similar al de su práctica profesional.

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

La organización del taller se divide en 4 momentos:

1. Resignificación de contenidos abordados en el 1º año de la carrera
2. Elaboración de los instrumentos de recolección de datos y salida al destino turístico en estudio, con entrevistas a informantes clave del destino.
3. Análisis de los datos y socialización de la información relevada por cada integrante
4. Construcción del informe final grupal, como producción colectiva

PRINCIPALES LECCIONES/CONCLUSIONES

Estamos en un momento educativo donde los estudiantes cuentan con otra forma de aprender, y valoran el aprendizaje basado en la indagación de una realidad.

De la experiencia docente y de las encuestas que se realizan a los estudiantes al finalizar el cursado¹³, se aprecia que el TPCI contribuyó a alcanzar diversas competencias, entendiéndose éstas como “aquellas capacidades complejas que la escuela debe formar en los individuos para que puedan desempeñarse como sujetos responsables en distintas situaciones y contextos de la vida social y personal sabiendo ver, hacer, actuar y disfrutar convenientemente, evaluando alternativas, eligiendo las estrategias adecuadas y haciéndose cargo de las decisiones tomadas” (Cullen, 1997: 21, en programa TPCI).

En lo que respecta al desarrollo de habilidades y competencias para el futuro profesional, se pueden destacar en impacto reconocido por los participantes en:

a. Actitudinal: colabora en el abordaje de situaciones problemáticas de intervención de un profesional en turismo, desarrollando habilidades no sólo de investigación, sino también de trabajo en equipo, incluyéndose nuevas respuestas de los estudiantes que iniciaron su carrera en pandemia:

“Como dije en los aspectos positivos y además aprendí (creo yo) un poco a investigar, a buscar en profundidad y a hacer entrevistas, saber qué preguntar, cuando, como llevar al entrevistado “ (Estudiante H, 2019)

“Muchas cosas, pero más que nada aprender a relacionar muchas materias y que no queden todas por separado, Y aprender a trabajar con un grupo grande” (Estudiante I, 2019).

“Tal como mencioné en los aspectos positivos, las clases presenciales fueron para mí una gran ayuda y virtud que se presentó en este año. Estar en el aula, tener ese contacto profesor/a - alumna/o es diferente, se vive e internaliza de otra forma. Por eso mismo es que algunas clases donde se trabajan temas muy importantes y fundamentales, como son los que se dan desde asignaturas como Áreas Naturales y Recursos Culturales, se tornaban un poco "distantes". Es claro que eso suceda al tener el equipo de cátedra conformado por docentes de ambas sedes de la Facultad, pero es el único aspecto que podría comentar en relación a esta pregunta.”(Estudiante M, 2022)

"la parte del grupo, me aportó a saber y tratar con otras opiniones y tratar de dar lo mejor de mí para seguir dando mi punto de vista sobre distintos aspectos que surgían a lo largo de trabajo, ya que al ser un grupo grande surgen las diferencias...también ver aquellos actores como y de qué forma son parte del SisTur (Sistema Turístico) todas aquellas cosas aprendidas en la teoría son puestas en práctica y te aportan a entender mucho mejor la manera en que trabajan dentro y fuera del destino turístico" (Estudiante O, 2022).

b. Procedimentales, que se relacionan no solamente con la forma de organizar el trabajo el grupo, sino también con la resignificación e integración de la teoría abordada en primer año:

“Aprendí a administrar mejor los tiempos para los trabajos, a trabajar en equipo integrando los aportes de todos los integrantes, a sentar las bases para una futura planificación, a conocer los contenidos que integran un trabajo de investigación,”(estudiante B, 2015)

¹³ Se toman como fuente primaria, las encuestas realizadas a los estudiantes correspondientes a los cursados 2015,2016,2018 a 2022.

“Un primer gran acercamiento a un destino turístico en particular. También en lo oral, tanto en las clases como en las entrevistas, ayuda para la formación en cómo nos desenvolvemos.”(Estudiante P, 2022)

“Fueron de utilidad, hablamos con personas importantes que participan en la organización del destino como centro turístico, y nos dieron información real para contrastar con las noticias en los medios”(Estudiante X, 2022)

“La autonomía para hacer las encuestas por nuestra parte también fue algo positivo”(Estudiante Z, 2022).

c. Conceptuales:

“Pude aprender cómo aplicar muchos de los conocimientos que a veces uno los ve por arriba, entender cuáles son sus importancias, y también agregar que no todo se basa en la teoría y que en la práctica las cosas varían muchísimo, en este caso debido a cuestiones políticas, sociales, culturales, entre otras. Y como futuro licenciado es necesario que sepamos manejar ese punto crucial para poder desarrollar un centro turístico de la mejor manera”(Estudiante A, 2016).

“A manejar los recursos vistos en lo teórico y poder llevarlos a la práctica. Esa fue la mejor parte” (Estudiante C, 2017).

“Ayudó a interiorizar aquellos conceptos que solo eran teoría en nuestras mentes, y que ahora ya contamos con una experiencia propia en donde se pudieron ver, lo que resulta más fácil a la hora de transmitir esos conocimientos” (Estudiante F, 2018).

“El taller me permitió darle un cierre a los contenidos del año pasado, te permite entenderlos realmente. En general aprendí cómo funciona un destino turístico desde una mirada crítica. Me sirvió para reforzar conceptos de las materias de 1er año que no había entendido o que no se me hubiera ocurrido como aplicarlas en la práctica. Me ayudó a visualizar lo que sería el rol de un licenciado en turismo, y a crear una opinión sobre donde me gustaría intervenir y donde no, como futura profesional. (Estudiante L, 2019)

Del análisis de 68 encuestas analizadas, se aprecia que TPCI se cumple con la finalidad de que los estudiantes y docentes puedan aplicar metodología y técnicas, que en un futuro pueden utilizar como planificadores y gestores del destino en la intervención real de un centro turístico-recreativo; y que es un espacio de resignificación y reapropiación de los contenidos teóricos abordados, siendo el primer contacto y triangulación de fuentes de información para el análisis de un destino que incluye, no solamente la visión de los prestadores de servicios y sector público, sino también del residente, del visitante y de su propia mirada de esa realidad.

La metodología de “situación de prueba, en la cual se pretende que se integren saberes y prácticas relevantes de competencias tipificantes de las actividades que los egresados desempeñarán en los ámbitos ocupacionales para los cuales fueron formados” (Lafourcade y otros, 1996), es lo más significativo y valorado por los estudiantes, y la salida al terreno que le permite tener un contacto directo multisensorial con esa realidad.

Como asignatura, no está exenta de aspectos por mejorar: el tiempo de cursado, (ya que es de carácter bimestral), unificación y acuerdo de correcciones entre los docentes de diversas áreas y orientaciones, duración de la salida al terreno, cantidad de actividades en el destino, entre otros.

EJE TEMÁTICO 6

Turismo y Conocimiento Científico

— ■
XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023
■ —



Eje temático N°6: Turismo y Conocimiento Científico

EL DISEÑO REGENERATIVO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA ATRACTIVIDAD DE UN DESTINO: DELIMITACIONES ONTOLÓGICAS-EPISTÉMICAS

Abraham Yazmín, Hruby Roxana.

CIDeTur, Escuela de Economía y Negocios, Universidad Nacional San Martín

Palabras clave: Atractividad - Sujeto/Objeto - Turismo Regenerativo - Epistemología

INTRODUCCIÓN

Durante el siglo XX, muchas ciencias y disciplinas han atravesado un giro subjetivo debido a los aportes epistémicos de las corrientes filosóficas contemporáneas, quienes se encargaron de cuestionar la posición del sujeto investigador postulada por el positivismo y el neopositivismo. En el campo del turismo, recién a principios del siglo XXI, se encuentran trabajos que posicionan este tema en el centro del debate sobre la producción científica (Castañeda et al, 2013), principalmente con el fin de determinar si el turismo debe ser considerado como disciplina científica o no. Sin embargo, Nechar (2011) señala que esta búsqueda de científicidad empantana las concepciones epistemológicas que le dieron origen. En este sentido, principalmente en latinoamérica, comenzaron a emerger investigaciones de índole epistémica que postulaban diferentes delimitaciones conceptuales en torno a la definición del turismo propiamente dicha (Campodónico, 2017; Pannosso Netto, 2007; Castañeda et al, 2013; Osorio, 2007; Moscoso, 2019), su modo de abordaje multi, inter y transdisciplinario (Korstanje, 2016) y su delimitación en los estudios turísticos y el campo intelectual (Comparato, 2022).

Ahora bien, resulta interesante plantear de qué manera esta perspectiva ha modificado la concepción sobre la construcción de los atractivos turísticos a partir de metodologías heredadas del positivismo. Estos abordajes, provenientes de las distintas ciencias y disciplinas que han estudiado el turismo durante décadas desde una visión esencialmente productivista, sostienen este posicionamiento del sujeto distanciado del objeto y del ambiente que lo constituye. Es decir, la ponderación de la atractividad de un destino se construye como mero objeto de consumo, focalizándose en las características que lo conforman más que en la interacción entre actores. Ahora bien, en las últimas décadas, el paradigma regenerativo comienza a tensionar este enfoque a partir de un enfoque sistémico que problematiza la perspectiva descrita y que es aplicable al turismo. En este sentido, encontramos en este nuevo paradigma un cuestionamiento que aún sin proponérselo, postula una visión holística, integral y dinámica donde la relación Sujeto-Objeto se modifica. De esta manera, el turismo regenerativo refleja un replanteamiento epistémico del turismo como campo de estudio.

Considerando que la ponderación de atractividad y la delimitación de un atractivo - elementos constitutivos de la experiencia turística- se construyen a partir del

posicionamiento desde el cual el sujeto observa y valora, nos interrogamos desde qué posición se construye esta valoración. A fines de repensar teóricamente estos cuestionamientos, el *objetivo* de este trabajo es *tensionar la relación Sujeto-Objeto en la construcción de los atractivos que constituyen la experiencia turística, observando de qué manera la propuesta de Turismo Regenerativo problematiza esta relación*. Para este análisis se recurre a un enfoque cualitativo y teórico, de diseño explicativo a través de la contrastación bibliográfica, el estudio de regularidades empíricas y las variables que los constituyen. Por un lado, se recurre a las herramientas de la hermenéutica a fin de comprender los datos contextuales que componen a las variables. Por otro, a las herramientas de la teoría crítica para establecer la tensión conceptual buscada. Este análisis en la abstracción, busca elaborar una reflexión teórica de la propuesta regenerativa poniendo en práctica el giro epistémico postulado por algunas de las corrientes filosóficas del S.XX (Salgado González, 2013).

DESARROLLO

La mirada fragmentada en la construcción de los atractivos turísticos: del sujeto al objeto
Según Navarro (2015), los atractivos pueden entenderse como “representaciones y/o recursos turísticos creados o convertidos (contemplación, interpretación, participación) para facilitar la experiencia turística” (p.354). Por ello, analizar los procesos sociales que intervienen en la construcción de un destino y de la atraktividad turística que él mismo pueda alcanzar, implica reconocer que existe una selección previa que determina este recorte y que en ningún caso resulta objetiva y neutral para todos los actores intervinientes (Almirón, 2007; Bertonecello y Troncoso, 2008; Arnandis-i-Agramunt, 2019).

Desde el reconocimiento del potencial geográfico, paisajístico, histórico, cultural y/o monumental del sitio/bien identificado, se inicia un complejo proceso que contiene no sólo la puesta en valor del elemento, sino también el desarrollo de la infraestructura y servicios, las campañas de marketing y comercialización y finalmente el ingreso del destino y sus atractivos particulares a la cadena de valor que lo instala en el mercado (Machado Chaviano y Hernández Aro, 2007; Navarro, 2015; Saravia y Muro, 2016) Por lo tanto, en la construcción de un producto turístico se plantea inevitablemente una fragmentación, fundamentalmente a partir del enfoque desde el que se inicia este proceso (Ramírez Hernández, 2019; González Ugarte et al., 2019). En estos casos, el destino (lugar, sitio, o bien cultural/natural) es ponderado y valorado como un objeto externo al sujeto. Esta mirada reconoce al elemento como un componente ajeno a disposición para ser utilizado, aprovechado, desarrollado e incluso explotado. En esta ecuación, el *ser humano* se posiciona siempre por fuera del ambiente analizado y lo observa desde una visión mecanicista que lo separa de su propia naturaleza biológica (Acosta, 2015; Rodríguez y Quintanilla, 2019; Bellato et al, 2022). La relación que se establece en estas formas puede ser más o menos equilibrada, desde el Turismo Sostenible hasta las formas más extractivistas del turismo tradicional, aunque en todos los casos ésta siempre se externaliza reproduciendo el posicionamiento ontológico/epistémico postulado por el dualismo naturaleza-cultura desde el S. XIX en adelante (Descola, 2001; Beorlegui, 2011;

Descola, 2012; Milesi, 2013; Latour, 2017; Descola, 2017; Rodríguez y Quintanilla, 2019; Mang & Reed, 2019; Monfrinotti Lescura; 2021).

Recién hacia la primera década del S.XXI, se produce una variación paulatina de esta postura frente a la relación Sujeto-Objeto del Turismo, a partir de los cuestionamientos y aportes que se producen en este campo de estudio (Pannosso Netto, 2007; Osorio, 2007; Castillo Nechar y Panosso Netto, 2015). Urry (2001) advierte la creciente tensión que comienza a evidenciarse cuando se incluye la interpretación que el turista hace de aquellos signos y símbolos que se plantean como diferentes a lo que constituye la experiencia cotidiana de los visitantes. Sin embargo, a pesar de este acercamiento hacia el objeto observado, aún se mantiene este distanciamiento y desconexión entre el objeto turistificado y el sujeto que lo experimenta.

La transición de la mirada antropocéntrica a la biocéntrica: del objeto al sujeto

Es indudable que la Modernidad instaló una nueva relación del sujeto *con* la naturaleza, inicialmente con el fin de estudiarla y comprenderla. Sin embargo, a partir de esta inclinación por el conocimiento también se plantearon nuevos intereses vinculados con la dominación y el control de sus recursos. En este contexto, y de manera constante en los últimos siglos, “se asentaron los cimientos ontológicos que desafectaron al ser humano del mundo que habita” (Monfrinotti Lescura, 2021, s/p). En este sentido, la “objetivación de lo subjetivo” funciona como mecanismo que instala los fundamentos de la objetividad en el sujeto moderno que vive la experiencia (Monfrinotti Lescura, 2021, s/p). En estos términos, las interpretaciones construidas en la relación del ser humano con su ambiente son íntegramente culturales y se justifican a partir de la propia condición de subjetividad e interioridad que el individuo estableció desde su corporalidad con el medio que habita durante la modernidad (Milesi, 2013; Rodríguez y Quintanilla, 2019; Monfrinotti Lescura, 2021). En los últimos años, la discursiva acerca de la tensión naturaleza-cultura se está desplazando paulatinamente desde esta visión antropocéntrica hacia una perspectiva biocéntrica, en la cual la relación del ser humano con su naturaleza biológica está permitiendo recuperar una relación más equilibrada, entre el sujeto y el ambiente que lo contiene: “el ser humano deja de poseer un valor diferenciado y superior frente al resto de la creación”, (Milesi, 2013,s/p)

Este cambio de perspectiva que da lugar a estos cuestionamientos surge especialmente de las Ciencias Biológicas desde mediados del S.XX, como respuesta a la crisis ambiental y social que la humanidad se encuentra atravesando (Lovelock, 1985, Descola & Pálsson, 2003; Reed, 2006; Lovelock et al., 2009; Pollock, 2015; Günther, y Gutiérrez, 2017; Teruel Avecilla, 2018; Rodríguez y Quintanilla, 2019; Wahl, 2019,2020; Mang & Reed, 2019; Morseletto, 2020; Briceño Fiebig & Araneda, 2021) Es en este contexto donde la noción de regeneración y de culturas regenerativas comienza a ocupar un lugar destacado, proponiendo un replanteamiento hacia nuevos patrones de pensamiento y sistemas de creencias instalados como absolutos desde la Modernidad (Wahl, 2019,2020; Landa Torres et. al, 2021; Bellato et al, 2022, Hruby, 2023).

RESULTADOS Y REFLEXIONES FINALES

Desde el enfoque regenerativo se estudia la interrelación de todos los sistemas vivos y se analizan en profundidad los beneficios que el mismo trae aparejado para la vida de todas las especies. Examinando las estrategias que la Naturaleza ha utilizado durante siglos para regenerarse a sí misma, y ante las problemáticas planteadas en otros ámbitos productivos, se buscan posibles soluciones aplicando la biomímesis como alternativa a través de la utilización de los biomateriales. Y fundamentalmente se prioriza la relación del individuo consigo mismo, con los otros y con la Naturaleza en tanto Sujetos indispensables en esta dinámica. A partir del conocimiento emergente, se busca diseñar para restaurar y equilibrar la vida de todos los seres vivos (incluyendo al ser humano) en los diferentes ecosistemas que se habitan y desarrollan (Stanford, 2017; Whal, 2019, 2020; Briceño Fiebig & Araneda, 2021; Reyes Rojas & Casasola Guerrero, 2021; Zambrano et ál., 2021; Bellato et. al, 2022; Cardoso-Hernández et ál., 2022; Hruby, 2023).

Si bien el turismo como industria y como fenómeno social se desarrolló bajo el enfoque antropocéntrico -y en sus formas más convencionales aún refleja esta visión- el enfoque regenerativo comienza a evidenciarse en la actividad a escala global. El Plan Estratégico de Turismo Regenerativo en Hawaii (Destination Management Action Plans 2020-2025), las propuestas de ocio no contaminantes de Nueva Zelanda, El Lodge “Playa Viva” en México y el plan estatal para liberar fiordos de emisiones contaminantes en Noruega son algunos de estos ejemplos (Wellness Magazine, 23/4/21). Estos proyectos están evidenciando un cambio de perspectiva orientada hacia la visión biocéntrica que reconoce el valor inherente a todas las formas de vida y a la naturaleza como sujeto de valores y derechos. De esta manera, se ha comenzado a tensionar los modelos tradicionales de turismo y a promover una transformación en el paradigma dominante, modificando la relación Sujeto-Objeto instalada. Este cambio de perspectiva sobre el sujeto y su relación con el entorno trae aparejado un cambio significativo en el proceso de construcción de los atractivos turísticos. Dejar de considerar a la Naturaleza como objeto de explotación significa recuperar su condición ontológica de “Sujeto de Derecho”. Por lo tanto, el proceso convencional de recorte y puesta en valor de un bien natural/cultural (que ya no busca únicamente la satisfacción de la demanda y el beneficio de la renta económica) se modifica y se adecúa a la relación que promueve el turismo regenerativo.

La perspectiva regenerativa, a partir del cuestionamiento de la posición del sujeto y su entorno nos remite, en términos ontológicos y epistémicos, al necesario -y ya ineludible- giro subjetivista del análisis de la actividad. Esta transformación está inevitablemente modificando el enfoque desarrollado hasta el momento por el campo del Turismo, abriendo una nueva posibilidad para la delimitación de su estudio científico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, A. (2015). El Buen Vivir como alternativa al desarrollo. Algunas reflexiones económicas y no tan económicas. *Política y sociedad*, 52(2), 299-330.

Arnandis-i-Agramunt R (2019) ¿QUÉ ES UN RECURSO TURÍSTICO? UN ANÁLISIS DELPHI A LA ACADEMIA HISPANA. Cuadernos de Turismo, nº 43, (2019); pp. 39-68 Universidad de Murcia.

Bellato L; Niki Frantzeskaki N; Briceno Fiebig C; Anna Pollock A; Dens E and Reed B (2022) Transformative roles in tourism: adopting living systems' thinking for regenerative futures. *Journal Of Tourism Futures*, Vol 8, Nº. 3 2022, pp. 312-329, Emerald Publishing Limited.

Beorlegui C (2011) La singularidad de la especie humana, Universidad de Deusto, Bilbao España.

Bertoncello R (2008) Turismo y geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina, Buenos Aires, Ciccus, 2008, 272 pp.

Briceno Fiebig, C. and Araneda, M. (2021), Dimensions of the Human Being - Nature and Organizations [Practitioner Practice Framework], Camina Sostenible, Pucon.

Campodónico, R., & Chalar, L. (2017). El abordaje interdisciplinario en el turismo: El campo de análisis TEMA como propuesta metodológica. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(2), 461-477.

Cardoso-Hernández, I., Luna-Nemecio, J., & Gouttefanjat, F. (2022). Sustainability and global climate crisis: environmentally regenerative technologies as productive forces of humanity. *Religación. Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 7(31), e210899. <https://doi.org/10.46652/rgn.v7i31.899>

Castañeda, A. E. A., Nechar, M. C., Netto, A. P., & Valdés, R. M. (2013). Las visiones antipositivistas de la construcción del conocimiento en turismo. *Turismo e Sociedade*, 6(3).

Comparato, G. J. (2022). Génesis y desarrollo de los estudios turísticos (Tesis Doctoral)

Descola, P. (2001). Construyendo Naturalezas, Ecología Simbólica y Práctica Social, en *Naturaleza y Sociedad*: Descola P. Y Pálsson G. (coord.) Perspectivas antropológicas México: Siglo XXI ed.

Descola P. (2012) Más allá de Naturaleza y Cultura. Buenos Aires. Argentina: Ira. Ed. Amorrortu

Descola, P (2017) ¿Humano, demasiado humano?”, *Desacatos*, núm. 54 (mayo-agosto, 2017):18.

González Ugarte C, Pibaque Pionce M, L Ayón ; Ayon Villafuerte, S (2019) Los atractivos turísticos y su impacto en el perfil costero de Manabí – Ecuador ATHIRI Vol. 14 – Nº 1, pp. 174 – 185.

Günther, M. G. y Gutiérrez, R. A. (2017). *La política del ambiente en América Latina. Una aproximación desde el cambio ambiental*. México: CLACSO y Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco. Pp. 37-70.

Hruby, R (2023) Innovación en Turismo: reflexiones en torno al paradigma regenerativo. *El Periplo Sustentable*, México (en prensa).

Korstanje, M. E. (2016). La trans-disciplinariedad en los estudios turísticos. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (10), 1-15.

Landa Torres, I; Zárate, C; Jiménez, J. (2021) El Turismo sustentable desde la crítica latinoamericana. Un ejercicio de reflexión y deconstrucción. *El Periplo Sustentable*, [S.l.], n. 41, p. 524 - 547, dic. 2021. ISSN 1870-9036. Disponible en: <<https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/14330>>. Fecha de acceso: 09 abril. 2023 doi: <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i41.14330>.

Latour, Bruno. *Cara a cara con el planeta*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2017.

Machado Chaviano, E & Hernández Aro, Y (2007) .Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Teoría y Praxis*, N° 4 p. 161-174. Universidad Central

Mang, P. and Reed, B. (2019), “Regenerative development and design”, in Meyers, R. (Ed.), *Encyclopedia Sustainability Science and Technology*, Springer, New York, pp. 1-44

Milesi, A (2013) Naturaleza y Cultura: una dicotomía de límites difusos. De Prácticas y discursos/ Universidad Nacional del Nordeste/ Centro de Estudios Sociales. Año 2, Número 2.

Monfrinotti Lescura V, (2021). El trasfondo ontológico de la modernidad occidental: revisión crítica de la escisión naturaleza/cultura. *En-claves del pensamiento*, 0(30),e 422. doi: <https://doi.org/10.46530/ecdp.v0i30.422>

Morseletto, P. (2020). Restorative and regenerative: Exploring the concepts in the circular economy. *Journal of Industrial Ecology*, 24(4), 763–773.

Moscoso, F. V. (2019). Reflexiones en torno a la construcción social del conocimiento turístico. *Caderno Virtual de Turismo*, 18.

Navarro, D (2015) Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración Cuadernos de Turismo, núm. 35, enero-junio. pp. 335-357 Universidad de Murcia, Murcia, España.

Nechar, M. C. (2011). Epistemología crítica do turismo: que é isso?. *Revista Turismo em Análise*, 22(3), 516-538.

Osorio García, M. (2007). El carácter social del Turismo: un análisis sistémico sobre su complejidad. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(4), 464-492.

Pollock, A. (2015), “Social entrepreneurship in tourism: the conscious travel approach”, *Tourism, Innovation Partnership for Social Entrepreneurship*, TIPSE Tourism, London.

Ramírez Hernández O, (2019) Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía Retos*, 9(17), 2019

Reyes Rojas G. y Casasola Guerrero K. (2021) Turismo Regenerativo: más allá de la sostenibilidad. *Revista Trimestral sobre la Actualidad Ambiental*. ISSN 1409-214X Enero-marzo 2021, Numero 277. Artículo 10 (pp.74-80)

Rodríguez E; Quintanilla, A.(2019) Relación ser humano-naturaleza: Desarrollo, adaptabilidad y posicionamiento hacia la búsqueda de bienestar subjetivo. *Avances en Investigación Agropecuaria*, vol. 23, núm. 3, Universidad de Colima, México.

Salgado González, S. (2013) *Corrientes filosóficas del siglo XX*. IES Isabel de Castilla. Departamento de Filosofía. Avila. España. Disponible en: <http://guindo.pntic.mec.es/ssag0007/filosofica/CorrientesfilosoficasXX.pdf>

Saravia, M & Muro, M (2016) Productos Turísticos: Metodología para su Elaboración. *Revista de Ciencias Sociales*, N° 29, pp. 53-78

Teruel AVECILLA, S. (2018). Análisis y aproximación a la definición del Paradigma del turismo regenerativo. UCI BIBLIOTECA. consulta 18 de septiembre de 2022, <https://www.ucipfg.com/biblioteca/items/show/291>

Urry, J (2001) La Mirada del Turista. *Turismo y patrimonio*. N° 3, p.51-66

Wahl, D. (2020). Designing Regenerative Cultures. Primera edición en español Editorial EcoHabitar Sociedad Microcooperativa, España.

Wahl, D (2019, 2 de diciembre) Mallorca ante la oportunidad de exportar un nuevo modelo turístico. En Designfor sustainability. <https://designforsustainability.medium.com/mallorca-ante-la-oportunidad-de-exportar-un-nuevo-modelo-tur%C3%ADstico-efcf86fee80b>

Wellness Magazine, categoría: regenerative tourism (23/04/2021) *La Autoridad de Turismo de Hawái publica un plan de acción de “turismoregenerativo”*. Recuperado 12/03/2023

Zambrano, Flores & Luzuriaga (2021) Hacia un turismo sostenible, consciente y regenerativo en la Reserva de la Biosfera del Chocó Andino de Pichincha. PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP, <https://periodicos.unifap.br/index.php/pracs>. ISSN 1984-4352 Macapá, v. 14, n. 1, p. 71-92, jan/abr.

Eje temático N°6: Turismo y Conocimiento Científico

DEPENDENCIA Y COLONIALISMO ACADÉMICO. EMERGENTES DE LOS ESTUDIOS TURÍSTICOS EN CLAVE LATINOAMERICANA

Moscoso Florencia, Comparato Gabriel.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

Son numerosas y diversas las preocupaciones que existen en la comunidad científica internacional en relación a la construcción de conocimiento en turismo. Autores como Jafari y Ritchie (1981), Tribe (1997), Jafari (2001, 2005), Hollinhead (2010), Ren, Pitchard y Morgan (2009) son tan solo algunos autores internacionales que se han preocupado en cómo se ha dado dicha construcción histórica. En el contexto latinoamericano se pueden identificar, entre otros, los aportes de Hiernaux (2002), Castillo Nechar (2005), Niding, Andueza, Farías, Alonso & Zamudio (2010, 2011). Panosso Netto (2011), Campodónico y Chalar (2010), Korstanje (2013,2014,2015) y Comparato (2022). Específicamente, en CONDET se ha consolidado el eje “Turismo y Conocimiento Científico” y, particularmente, la evolución y situación actual de la investigación del turismo en América Latina.

En este marco, lejos de constituir un estudio exhaustivo o excluyente, el presente documento es un ensayo crítico que reflexiona y problematiza sobre los principales debates intelectuales e institucionales de desigualdad académica en los estudios turísticos latinoamericanos. Más específicamente, es un trabajo de investigación básica, sustentada en la revisión bibliográfica, que se enmarca en el desarrollo de líneas de investigación que se realizan o han realizado a nivel de maestría y de doctorado.

En términos del diseño del problema de investigación, y frente a la complejidad y diversidad temática posibles, se tomaron como referencia tres escalas bajo una estructura que irá de lo general a lo particular. En primer lugar se pretenden identificar y sintetizar algunos de los principales emergentes contemporáneos de las ciencias sociales pensadas desde contexto latinoamericanos . Algunas de las preguntas que surgen son: ¿Cuáles son las principales problemáticas de visibilidad que se vislumbran para las ciencias sociales latinoamericanas? ¿Cuáles son las principales relaciones de poder que se manifiestan en la circulación científica? ¿es posible hablar de colonialismo académico?. Estos interrogantes revisten una importancia estratégica para no pensar el turismo desde una insularidad, o *ex nihilo*, sino que, por el contrario, vincularlo a contextos más amplios.

En segunda instancia, se pretende analizar las manifestaciones de la dependencia académica en el ámbito del turismo y las consecuencias que esto puede acarrear. Aquí se incluye una dimensión intelectual y otra de carácter institucional. En el primer sentido se reflexionará sobre la necesidad de pensar los marcos historiográficos al momento de analizar los estudios turísticos. En segunda instancia, se introducirán las reglas de circulación científica bajo un contexto de *publish or perish*. En este sentido, se analizan

los principales desafíos que se manifiestan tanto a autores como revistas para una mayor visibilidad del conocimiento.

Finalmente, como cierre de la hoja de ruta propuesta, se seleccionará como objeto de análisis los debates y reflexiones que tienen lugar en el campo de los estudios culturales y el turismo en la región latinoamericana. Para ello, se partirá de reconocer los enfoques y perspectivas adoptadas en las investigaciones que se llevan adelante. Esto permitirá problematizar la idea de colonialismo y dependencia académica desde un ámbito epistemológico así como también conceptual. A modo disruptivo, se presentan autores latinoamericanos que ofrecen los primeros lineamientos para pensar la relación entre los estudios culturales y el turismo, desde un posicionamiento decolonial, contribuyendo al desarrollo de un *corpus* teórico contextualizado a la región.

En lo que refiere a la importancia del trabajo, cabe destacar, principalmente, una importancia propedéutica. Esto se debe a que se trata de una propuesta cuyo aporte principal remite a la reflexión dentro de un plano metacientífico, problematizando no solo los desafíos cognoscitivos que existen, sino las reglas que se ponen en juego en las investigaciones turísticas dentro del contexto latinoamericano así como también el lugar que ocupan en las dinámicas de poder de los sistemas científicos internacionales. De esta manera, se posiciona una temática de investigación cuya lectura no solo es epistemológica sino también vinculada a la sociología de la ciencia. Desde el punto de vista práctico, se considera que la construcción de categorías teóricas y la elección de posicionamientos epistemológicos repercuten en la *praxis* investigativa así como en la intervención que se realiza sobre la realidad social turística. En consecuencia, es imperativo reflexionar y problematizar el campo de análisis, buscando nuevas maneras de fomentar la producción de conocimiento propio y contextualizado a problemáticas regionales.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El primer concepto emergente es el de dependencia académica. Aquí se pueden identificar preocupaciones tales como las de CLACSO (2022) o autores como Galassi (2013), Floriani (2015) o Preciado Coronado (2016). Por su parte, si se involucra al campo de los estudios turísticos, autores como Chambers y Buzinde (2015) y Greenwood (2019) plantean la configuración bajo una matriz colonial de poder. En otras palabras, se continúa privilegiando epistemologías y un *corpus* teórico occidental sobre el fenómeno turístico, que desatiende e ignora los conocimientos producidos desde otros espacios, reconocidos como periféricos (De los Santos, 2021). Así para Occidente las sociedades del sur global, asumen el rol de ser el objeto de estudio de las investigaciones turísticas, más que productores de conocimientos teóricos y empíricos.

Esta estructura y lógica dentro del mundo académico suele reproducir procesos de dependencia acentuados en la división global de trabajo. Alatas (2003) menciona la existencia de un imperialismo académico, análogo al colonialismo que tiene lugar en otras esferas de la sociedad como la política y la económica. Sin embargo, el imperialismo académico suele tener una influencia más indirecta que directa, donde las lógicas de producción y legitimación del conocimiento en el turismo forman parte de un *status quo* internalizado por el mundo académico.

¿Pero qué particularidades tienen esas desigualdades? Comparato (2022) plantea que el desarrollo de los estudios turísticos de las últimas décadas se generaron otras estructuras

de posiciones que implicaron nuevos órdenes. En tal sentido, se registraron avances históricos vinculados al desarrollo del campo pero, también, dos situaciones diferenciales. Por un lado, una serie de centros, revistas y autores (la mayoría) ancladas en una estrategia de circulación regional que poseen una orientación local-regional. En otras palabras, circulaciones locales en contextos globales. Y otras (una minoría) cuyas formas de edición, visibilidad y circulación están orientadas para públicos diversos e internacionalizados.

Por su parte, en relación al abordaje cultural de los estudios turísticos en América Latina la premisa de la dependencia y el colonialismo académico se ilustra en los enfoques teóricos y posicionamientos epistemológicos adoptados en el campo, sobre todo el concerniente a la utilización de ciertas categorías vinculadas al concepto de cultura y su relación con el turismo.

El terreno académico del turismo, como todo campo científico, no puede entenderse fuera de la dimensión de poder. Las investigaciones que profundizan sobre el aspecto cultural en el turismo han estado signadas por una visión culturalista, donde predominan viejos significados de cultura, sobre todo definiciones rescatadas desde las denominadas antropologías centrales (Restrepo, 2014; De Sousa Santos, 2018). En el caso particular de América Latina, una gran parte de los estudios se encuentran vinculados a los procesos de valorización turística y patrimonial, así como problemáticas concretas, de referentes culturales desde una mirada romántica, esencialista y estereotipada (Otárola, 2019; Banderas, 2017). Otros autores como Victor Vich (2006, 2007) y Fuller (2015) sostienen una postura reflexiva sobre la relación turismo y cultura, entendiendo a la cultura como un proceso dinámico y relacional intercedido por las relaciones de poder en distintas escalas (internacional, nacional, regional, local). Asimismo, se contraponen a la idea del turismo como agente banalizador de los referentes culturales, dado que este argumento denota la existencia un patrimonio cultural real y auténtico, valorizado bajo una serie de elementos demarcativos.

En este sentido, se puede divisar la emergencia de nuevas posturas epistemológicas y marcos teóricos, dentro de los estudios culturales del turismo en América Latina, que operan como descentramiento frente al *corpus* conceptual importado desde países centrales y occidentales, pero que aún son incipientes. De esta manera, el presente ensayo busca abrir el debate y diálogo en el campo de los estudios culturales del turismo, desde un abordaje decolonial, rescatando los aportes teóricos y conceptuales de pensadores latinoamericanos que provienen de disciplinas como la sociología, la antropología y la filosofía (Rivera Cusicanqui, 2011 y 2018; Quijano, 1992; Mignolo, 2011; Mignolo, 2009; Maldonado Torres, 2007; Dussel, 2005; Riberio, 1982; De Sousa Santos, 2018). Se considera que la discusión con estos autores puede brindar un marco propicio para un análisis más reflexivo dentro de la esfera académica como de la misma *praxis* turística. En tanto, la reproducción de patrones colonialistas y dependentistas se replica en ambos espacios.

METODOLOGÍA

Para abordar el ensayo propuesto se adopta la técnica de revisión de la literatura bajo tres alcances. Se trata de una técnica que implica la búsqueda y análisis crítico de la bibliografía existente sobre el tema con el objetivo de identificar las principales corrientes teóricas, enfoques epistemológicos y marcos teóricos dentro del campo de los estudios

culturales y el turismo, así como las brechas y vacíos existentes en la producción de conocimiento.

En relación al alcance se proponen tres niveles analíticos correspondientes a las preguntas de investigación que estructuran el trabajo. En primer lugar, se buscará caracterizar algunos de los principales debates que se dan en términos de dependencia y colonialismo de las ciencias sociales latinoamericanas. En segunda instancia, se reflexionará sobre los trabajos que analizan las problemáticas de visibilidad y circulación del conocimiento científico en turismo en la región. Finalmente, se identificarán autores y aportes propios de los estudios culturales que contribuyen a pensar la desigualdad y el poder en el turismo.

En todos los casos se utilizarán bases de datos *mainstream* (SCOPUS y Web of Science) así como también indexadoras o buscadores donde los trabajos de origen latinoamericano tienen mayor representatividad como LATINDEX, REDALYC y Google Scholar. En los aspectos idiomáticos, se combinan trabajos en inglés, portugués y español. Finalmente, se destaca que el trabajo propuesto no pretende ni cerrar ni agotar la temática. Por el contrario, pretende ser una continuidad de líneas de investigación precedentes así como llaves de inicio para nuevos interrogantes investigativos.

DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

Desde el trabajo se reflexiona sobre tres campos de acción donde tiene (o puede tener) lugar esta dependencia académica en el campo del turismo latinoamericano. A saber:

1. La importación de marcos teóricos y metodológicos: una de las formas en las que se manifiesta la dependencia académica es a través de un uso acrítico y unidireccional de marcos teóricos y metodológicos, generalmente desarrollados desde países centrales. En el ámbito del turismo, esto puede llevar a la adopción acrítica de modelos y enfoques que no son necesariamente aplicables a la realidad latinoamericana. Es necesario reflexionar sobre la pertinencia de estos marcos teóricos y metodológicos, y fomentar el desarrollo de modelos propios y contextuales.
2. En segundo lugar, se destaca la falta de procesos de reflexividad disciplinar y la escasez de trabajos historiográficos y epistemológicos. Parte del desafío consiste en incorporar y analizar los actores y producciones invisibilizadas por fuera de los desarrollos historiográficos dominantes.
3. La importancia de la colaboración y el intercambio: a pesar de la dependencia académica, es importante fomentar la colaboración y el intercambio entre académicos y profesionales del turismo de diferentes regiones. Esto puede contribuir a la generación de conocimiento más diverso y contextualizado, y a la formación de redes de colaboración y apoyo. Las brechas idiomáticas suelen ser un gran barrera al acceso, uso, distribución y producción de conocimiento. Desde el punto de vista intelectual parte del desafío consiste en dar cuenta de los procesos de sedimentación y osificación del saber, así como en reconocer la posibilidad de nuevos regímenes de verdad.

BIBLIOGRAFÍA

Alatas, S. F. (2003). Academic dependency and the global division of labour in the social sciences. *Current sociology*, 51(6), 599-613.

Chambers, D., & Buzinde, C. (2015). Tourism and decolonisation: Locating research and self. *Annals of Tourism Research*, 51, 1-16.

De los Santos, N. A. D., Blanco, T. P., & Aza, C. L. (2021). Descolonizando la comunicación del turismo comunitario en países en vía de desarrollo. En *Comunicación en cuarentena: el cambio mediático en pandemia* (pp. 41-48). Universitat d'Alacant/Universidad de Alicante.

De Sousa, S. B. (2018). Epistemología del sur. *Geograficando*, 14(1), 1.

Dussel, E. (2005). Transmodernidad e interculturalidad (Interpretación desde la Filosofía de la Liberación). México City: UAM.

Fuller, N. (2015). El debate sobre la autenticidad en la antropología del turismo. *Antropología Experimental*, (15).

Grimwood, B. S., Stinson, M. J., & King, L. J. (2019). A decolonizing settler story. *Annals of Tourism Research*, 79, 102763.

Jafari, J., & Ritchie, J. B. (1981). Toward a framework for tourism education: Problems and prospects. *Annals of tourism research*, 8(1), 13-34.

Korstanje, M. (2013). Turismus Systemae, Epistemología del viaje onírico. *International Journal of Safety and Security in Tourism*, (4), 24-35.

Korstanje, M. (2015). Discussing the methodological inconsistencies of tourism research. Repository CERS. *Centre for Ethnicity and Racism studies. University of Leeds*. 24, 1-36.

Maldonado-Torres, N. (2007). Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*, 127-167.

Mignolo, W. D. (2009). Epistemic disobedience, independent thought and decolonial freedom. *Theory, culture & society*, 26(7-8), 159-181.

Mignolo, W. (2011). *The darker side of western modernity: Global futures, decolonial options*. Duke University Press.

Otárola, R. M. (2019). El turismo como banalización del paisaje indígena en San Pedro de Atacama-Chile. *Revista Antropologías Del Sur*, 6(12), 261-281

Quijano, A. (1992). Colonialidad y modernidad/racionalidad. *Perú indígena*, 13(29), 11-20.

Restrepo, E. (2014). Estudios culturales en América Latina. *Revista estudios culturais*, (1), 1-12.

Ribeiro, D. (1982). La nación latinoamericana. *Nueva sociedad*, 62, 38-64.

Rivera Cusicanqui, S. (2011). Una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores.

Rivera Cusicanqui, S. (2018). Un mundo ch'ixi es posible. Ensayos desde un presente en crisis. Buenos Aires: Tinta Limón, 20018.

Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of tourism research*, 24(3), 638-657.

Vich, V. (2006). La nación en venta: Bricheros, turismo y mercado en el Perú contemporáneo. *Crónicas Urbanas*, (11), 93.

Vich, V. (2007). Magical, Mystical: 'The Royal Tour' of Alejandro Toledo. *Journal of Latin American Cultural Studies*, 16(1), 1-10.

Wijesinghe, S. N., Mura, P., & Bouchon, F. (2019). Tourism knowledge and neocolonialism—a systematic critical review of the literature. *Current Issues in Tourism*, 22(11), 1263-1279

EJE TEMÁTICO 7

Turismo y transformación digital

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Eje temático N°7: Turismo y Transformación digital

COMPORTAMIENTO TURÍSTICO INTELIGENTE: EVIDENCIA EN EL MERCADO DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA

Bianchi Enrique Carlos.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba.

Zanfardini Marina.

Instituto Patagónico de Estudios en Humanidad y Ciencias Sociales, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue

INTRODUCCIÓN

El turismo inteligente ha ganado una atención significativa en los últimos años entre académicos (Boe et al., 2015; Gretzel et al., 2015) y gestores del turismo (SEGGITUR, 2015), y su adopción por parte de los actores de la actividad se ha convertido en una prioridad en los territorios turísticos desafiados cada vez más por la transformación digital. En línea con estas tendencias, en Argentina el Instituto de Ciudades del Futuro lanzó en el 2020 la Red Argentina de Destinos Inteligentes (www.reddti-ar.com.ar) con el propósito de generar un espacio de intercambio de experiencias y conocimientos en torno a esta temática. La ciudad de Córdoba, por ejemplo, recibió una mención especial como destino turístico inteligente y ha sido elegida la representante argentina para participar del programa Turismo Futuro, impulsado por el BID (Municipalidad de Córdoba, 2022).

Desde el punto de vista de los mercados, las tendencias de viajes globales señalan que los viajeros usarán cada vez más tecnología sin contacto humano (Smartvel, 2023), que los procesos de compra están más digitalizados, ya que las búsquedas y reservas de servicios turísticos vías móviles están en aumento (Expedia Group, 2023) y que 3 de cada 4 viajeros consideran a las reseñas online como extremadamente importantes al momento de decidir sus viajes (Tripadvisor, 2023).

El turista inteligente es el turista que, al estar abierto a compartir sus datos y hacer uso de tecnologías inteligentes, interactúa dinámicamente con otros stakeholders, co-creando de esta manera una experiencia inteligente mejorada y personalizada. Este turista está abierto a las innovaciones, es social y proactivo y encuentra su entorno natural en el ecosistema del turismo y el destino inteligente (Femenia-Serra et al., 2019). Además, tiene un gran uso de las tecnologías de información, que le representan la oportunidad para participar activamente en las propuestas del destino y para construir su propia experiencia turística (Gajdošík, 2020).

La investigación sobre el comportamiento turístico inteligente es relativamente reciente y escasa. En la región Patagónica, estudios previos de consumo en viajes muestran que los turistas hacen un uso elevado de las tecnologías a lo largo de todo el ciclo de viaje, incluso perteneciendo a diferentes generaciones (Gutauskas & Zanfardini, 2022; F. A. Gutauskas et al., 2021) y que en particular el móvil es la tecnología con mayor adopción. Esta tendencia es esperable, considerando que en 2021 alrededor de 34,8 millones de argentinos eran usuarios de algún tipo de teléfono móvil inteligente (Statista, 2022) y que el índice de conectividad de la Asociación Global System for Mobile Communications

posiciona al país con un nivel avanzado (70,8%), con el cuarto puesto en América Latina, después de Uruguay, Chile y Brasil (GSMA, 2021).

En este contexto, nuestra investigación tuvo por propósito analizar el comportamiento turístico inteligente (CTI) del mercado emisor de la ciudad de Córdoba. Específicamente se analizó en qué medida el CTI impacta en los niveles de satisfacción (SAT), intención de volver (INTV) y recomendación (WOM).

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La palabra “inteligente” (en inglés smart) se ha convertido en un término de uso frecuente para describir los avances tecnológicos, económicos y sociales alimentados por tecnologías que dependen de sensores, del big data, del open data, de nuevas formas de conexión y de intercambio de información como, por ejemplo, la Internet de las cosas. Este tipo de adjetivación también ha llegado a los destinos turísticos y existen ya diversos aportes académicos y del sector que detallan sus implicaciones (Boe et al., 2015; Gretzel et al., 2015; Jovicic, 2019).

De igual modo se puede señalar que los turistas tienen comportamientos inteligentes. Aunque el concepto y las características de un turista inteligente aún no han madurado, la conceptualización más completa hasta ahora ha sido la de Femenia-Serra et al. (2019) quienes proponen que un turista inteligente es aquel que, al estar abierto a compartir sus datos y hacer uso de tecnologías inteligentes, interactúa dinámicamente con otros stakeholders, co-creando de esta manera una experiencia inteligente mejorada y personalizada. Estudios anteriores han encontrado que los turistas inteligentes comparten características similares entre ellos en varias etapas del ciclo turístico. En comparación a otro tipo de turista los turistas inteligentes tienen /1) un uso más integrado de dispositivos inteligentes durante todo su viaje. (2) utilizan plataformas de redes sociales para compartir experiencias durante el viaje, como la transmisión en vivo y la publicación de actualizaciones en tiempo real, (3) utilizan con mayor frecuencia sitios web de hoteles y destinos y aplicaciones móviles para obtener la información más actualizada, (4) tienen más familiaridad con el entorno de acogida y sufren menos problemas de idioma y movilidad, (5) tienen un mayor nivel de consumo adicional en un destino, mientras que reportan menos ingresos y presupuestos de gasto más bajos que otros grupos y (6) son más susceptibles a la influencia de las redes sociales para ser sostenibles y responsables mientras viajan (Kiatkawsin et al., 2020).

El estudio del comportamiento turístico inteligente implica recuperar conceptos sobre comportamiento de viaje (de la Ballina Ballina, 2017), ciclo de viaje (OMT, 2011) o el viaje de consumo turístico (Andrea Gutauskas & Zanfardini, 2022) y analizar si sus elementos son realizados de manera inteligente por los turistas.

El viaje de consumo turístico implica al menos tres momentos: pre-viaje, durante el viaje y post-viaje (Gutauskas & Zanfardini, 2022) y Shen et al. (2020) proponen que existen comportamientos y actividades específicos de este grupo de consumidores para cada etapa del ciclo de viaje.

Existen estudios que proporcionan evidencia empírica para apoyar la importancia de las tecnologías turísticas inteligentes y las experiencias turísticas memorables para mejorar la satisfacción del turista y la lealtad del destino turístico (Azis et al., 2020). Una de las razones que lleva a realizar este estudio es conocer si la presencia de comportamientos inteligentes mejora su lealtad hacia el destino, concepto central dentro del marketing relacional.

La lealtad hacia el destino es multidimensional y su medición ha estado relacionada con la satisfacción, con la repetición de compra y con la actitud positiva hacia el destino que lleva a su recomendación a otros. Aunque no hay una única manera de medir la lealtad, en este trabajo consideramos a la lealtad hacia el destino tanto desde el punto de vista de la valoración afectiva, a través de la satisfacción (Fu, 2019); desde su dimensión actitudinal, a través de la recomendación y comportamental, a través de la intención de volver (Tasci, 2016).

METODOLOGÍA

A través de un estudio de tipo cuantitativo que se realizó en septiembre de 2022, se encuestaron vía web a 529 personas de más de 18 años, que residen en la ciudad de Córdoba y que han realizado un viaje durante el último año.

Las principales escalas de medida de la investigación son:

- *Comportamiento Turístico inteligente (CTI)*

Para su operacionalización se contemplaron: a) la aproximaciones conceptuales de los trabajos de Femenia-Serra et al. (2019) y Kiatkawsin et al. (2020), b) la definición de “ciclo de viaje turístico” que deviene del proceso de decisión de compra denominado como “customer journey” o “experiencia del consumidor” de Lemon & Verhoef (2016), c) el estudio desarrollado por Gutauskas & Zanfardini en 2022 y d) el instrumento de medición desarrollado por Shen et al. (2020). El constructo está compuesto por tres dimensiones respecto del uso de las tecnologías digitales (redes sociales, páginas de internet) en tres momentos centrales del viaje por los turistas: la planificación (antes, su estadía (durante) y al regreso a su hogar (post viaje)

- *Lealtad al DT:*

Se midió a través de la Satisfacción (SAT), Intención de Volver (INTV) y Recomendación del Destino Turístico (WOM). Para medir la SAT se utilizaron tres ítems: “Estoy satisfecho con esta experiencia de viaje”, “Me siento feliz haber realizado este viaje” y “Me siento complacido con el viaje realizado”. La INTV fue medida con una sola expresión: “Quiero volver a visitar este lugar en otro momento”. El WOM fue medido por medio de 2 ítems: “Recomendaría este lugar a mis amigos y conocidos” y “Habría muy bien de la experiencia en ese lugar”. Para cada uno de estos constructos se utilizó una escala de Likert de 5 puntos siendo 1 igual a “Totalmente en desacuerdo” a 5 “Totalmente de acuerdo”.

El perfil de la muestra son mujeres (56%) y hombres (44%) cuyo rango de edad son menores de 30 años (73%) y mayores de 30 años (27%) que casi la totalidad disponen de teléfonos inteligentes con datos que han pernoctado en el último viaje menos de 7 noches (63%) y más de 7 noches (37%).

DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Los resultados de la Tabla 1 muestran que los turistas con elevado nivel de CTI muestran diferencias significativas en términos de satisfacción (SAT) y recomendación (WOM) y no así intención de volver (INTV) en comparación con aquellos con bajo nivel de CTI.

Tabla 1. Comportamiento Turístico Inteligente y Lealtad al DT

	SAT***	INTV ^{NS}	WOM **
CTI Bajo	4,2	3,9	4,1
CTI Alto	4,6	4,3	4,4

^{NS} – No significativas * p<0,10, **p<0,05, *** p<0,001

La Tabla 2 muestra los resultados en cada etapa del ciclo del viaje. En la etapa previa al viaje, el CTI genera mayores niveles SAT, INTV y de WOM. En la estancia en destino, el CTI genera mayor nivel de WOM. En instancia de post-viaje el CTI no genera impactos en la lealtad en sus tres dimensiones.

Tabla 2. Comportamiento Turístico Inteligente y Lealtad al DT

Antes de viajar			
	SAT***	INTV***	WOM***
CTI Bajo	3,3	3,3	3,4
CTI Alto	4,5	4,3	4,4
Durante la estadía			
	SAT ^{NS}	INTV ^{NS}	WOM [*]
CTI Bajo	4,1	3,9	4,1
CTI Alto	4,5	4,3	4,5
Al Volver			
	SAT ^{NS}	INTV ^{NS}	WOM ^{NS}
CTI Bajo	4,2	3,9	4,1
CTI Alto	4,3	4,1	4,2

Por lo tanto, podemos afirmar que el comportamiento turístico inteligente en la etapa de pre-viaje resulta clave para la evaluación del destino turístico y la lealtad al mismo. Esto implica que los Destinos Turísticos y las empresas turísticas deben tender hacia su transformación digital para asegurar buenos encuentros con el servicio desde el inicio de la planificación del viaje.

BIBLIOGRAFÍA

Andrea Gutauskas, F., & Zanfardini, M. (2022). El viaje del consumo turístico. Revisión bibliográfica y propuesta metodológica para su estudio /. *Marketing de Servicios: Su Esencia*, 1(1), 57–74.

Azis, N., Amin, M., Chan, S., & Aprilia, C. (2020). How smart tourism technologies affect tourist destination loyalty. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(4), 603–625. <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2020-0005>

Boe, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 391–403). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00012-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00012-3)

de la Ballina Ballina, F. J. (2017). *Marketing turístico aplicado*. ESIC.

Expedia Group. (2023). *Traveler Insights Report 2023 | Q1*.

Femenia-Serra, F., Neuhofer, B., & Ivars-Baidal, J. A. (2019). Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario. *Service Industries Journal*, 39(2), 109–133. <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1508458>

Fu, X. (2019). Existential authenticity and destination loyalty: Evidence from heritage tourists. *Journal of Destination Marketing and Management*, 12, 84–94. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.03.008>

Gajdošík, T. (2020). Smart tourists as a profiling market segment: Implications for DMOs. *Tourism Economics*, 26(6), 1042–1062. <https://doi.org/10.1177/1354816619844368>

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

GSMA. (2021). *GSMA Mobile Connectivity Index*. <https://www.mobileconnectivityindex.com/#year=2021&zoneIsocode=ARG>

Gutauskas, A. F., & Zanfardini, M. (2022). Turistas de proximidad: hábitos en el uso de TIC y fuentes de información para sus viajes. Estudios sobre las generaciones X e Y. In M. Zanfardini & M. A. Jalil (Eds.), *Territorios turísticos: los flujos de información en tiempos de pandemia* (pp. 11–28). Topo, editorial IPEHCS.

Gutauskas, F. A., Zanfardini, M., Delsarte, J., Flores, Y., & Oviedo, V. (2021). El viaje de consumo turístico según generaciones en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén. *Jornadas de Investigación, Extensión Facultad de Turismo*.

Jovicic, D. Z. (2019). From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. In *Current Issues in Tourism* (Vol. 22, Issue 3, pp. 276–282). Routledge. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1313203>

Kiatkawsin, K., Sutherland, I., & Lee, S. K. (2020). Determinants of smart tourist environmentally responsible behavior using an extended norm-activation model. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/SU12124934>

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>

Municipalidad de Córdoba. (2022, October 3). *La Ciudad de Córdoba recibió una mención especial como destino turístico inteligente*. Córdoba Capital. <https://cordoba.gob.ar/la-ciudad-de-cordoba-recibio-una-mencion-especial-como-destino-turistico-inteligente/>

OMT. (2011). *Manual sobre branding de destinos turísticos*. Organización Mundial de Turismo. papers://ae99785b-2213-416d-aa7e-3a12880cc9b9/Paper/p11545

SEGGITUR. (2015). *Libro Blanco de destinos turísticos inteligentes. Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro*. <https://www.segittur.es/wp-content/uploads/2019/11/Libro-Blanco-Destinos-Turísticos-Inteligentes.pdf>

Shen, S., Sotiriadis, M., & Zhou, Q. (2020). Could smart tourists be sustainable and responsible as well? The contribution of social networking sites to improving their sustainable and responsible behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/su12041470>

Smartvel. (2023). *The ultimate Travel Trends for 2023*. Smartvel Blog. <https://blog.smartvel.com/blog/the-ultimate-travel-trends-for-2023>

Statista. (2022, June 30). *Usuarios de smartphones en Argentina 2015-2026*. <https://es.statista.com/estadisticas/598527/numero-de-usuarios-de-moviles-en-argentina/>

Tasci, A. D. A. (2016). A quest for destination loyalty by profiling loyal travelers. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 207–220. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.001>

Tripadvisor. (2023). *An Economic Portrait of the Traveler. The spending power of explorers and how their influence extends across industries*.

MESA DE TRABAJO 1

Valorización turística de espacios naturales y rurales: actores, estrategias y usos

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



CONDÉT



Mesa de Trabajo N°1: Valorización turística de espacios naturales y rurales: actores, estrategias y usos

LA CONSTRUCCIÓN DE LA ATRACTIVIDAD DE LA ANTÁRTIDA A TRAVÉS DEL LENGUAJE PROMOCIONAL DEL TURISMO

Vereda Marisol, Morgavi Mariana, Cohen Carolina.

Instituto de Desarrollo Económico e Investigación, CONICET, Universidad Nacional de Tierra Del Fuego

INTRODUCCIÓN

Desde los primeros viajes de exploración, el paisaje antártico ha sido representado como un lugar singular y aislado, asociado con una naturaleza salvaje y prístina. En parte, inspirado en expediciones tempranas, el turismo moderno promociona la Antártida como destino turístico, con una oferta diversa basada en bienes naturales e históricos que motivan el desplazamiento de turistas hacia este lugar remoto.

Los bienes naturales y culturales conforman un sistema de representación como conjunto de símbolos que condensan y encarnan emotivamente unos valores y una visión del mundo. Este sistema de representación que aparece con el desarrollo del capitalismo y la revolución industrial provoca una especial valoración por aquellos referentes que evocan condiciones excepcionales de la naturaleza y del pasado que cada vez más se separan de las sociedades industrializadas (Prats, 2005). La práctica turística se apropia de estas necesidades de las sociedades por conocer referentes con condición de unicidad, provocando su activación y promoviendo su conocimiento y difusión (Vereda, 2018).

En este marco, se construye una la imagen turística que definimos como la percepción global (Bigné y Sánchez, 2001) o representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión del individuo sobre un destino turístico (Baloglu y McCleary, 1999; Camprubí et al., 2009). Además, debido a que el producto turístico es de carácter intangible, la imagen cobra un especial valor como única referencia previa a la experiencia, provocándonos la necesidad de conocer cómo esta imagen previa es contrastada con la experiencia en el lugar. Es entonces necesario atender a la importancia asignada al lugar como clave en la experiencia. Asimismo, la producción de imágenes refuerza la idea de continente de los extremos -el más frío, seco, alto, remoto, ventoso, helado, etc.-, que imprimen una connotación cognitiva sobre los bienes materiales y generan una serie de imágenes afectivas que dotan al espacio de cierta subjetividad. Estos bienes están provistos de un significado singular desde el imaginario colectivo al entender la Antártida como continente *cuasi* prístino. Como plantea Chadeaud (1987) a partir de las representaciones mentales sobre un espacio particularmente significativo, alimentándose en la búsqueda de la alteridad, se conforma una demanda turística que, a partir de la creación de un mito, contribuye con la construcción de su atraktividad.

En esta línea, el objetivo de esta contribución es analizar la construcción de la atraktividad de la Antártida desde el lenguaje promocional del turismo atendiendo al rol asignado a los distintos componentes del paisaje.

La construcción de la atraktividad desde el material promocional

En turismo, los folletos se han transformado en la forma más efectiva de comunicar los valores del paisaje con el objeto de promover destinos turísticos para su visita. De acuerdo a la clasificación provista por Calvi (2010), los folletos deben enmarcarse como un macro género, categoría que define productos tangibles, identificables por el emisor y el canal utilizado, así como también por un propósito dominante, sin embargo, caracterizados por la hibridación de géneros diversos, tipologías textuales, estilos, entre otros. A su vez, afirma que los macro géneros son combinaciones de géneros con un resultado final con valor propio, ya que las guías turísticas, los folletos, las páginas *web* contienen componentes similares, pero sus objetivos y estilos son distintos. En el caso de los folletos se destaca su carácter promocional, utilizando formas ponderativas con un grado más alto de involucramiento del destinatario. En este contexto Calvi (2010) caracteriza a los folletos como publicaciones de distribución gratuita, como cuadernillo o catálogo desplegable que combina descripciones del destino con información práctica y elementos gráficos, haciendo uso de lenguaje del campo de la publicidad.

Por su parte, Molina y Águeda (2006:1041) definen el folleto como una forma de material promocional impreso designado para comunicarse con turistas reales o potenciales. Asimismo, señalan que el negocio del turismo recurre a los folletos de manera tal de inducir la formación de una imagen, influenciando la percepción del turista potencial, siendo una fuerte y confiable herramienta antes del viaje. Febas Borra (1978) considera el folleto como un lugar privilegiado de expresión y materialización del lenguaje turístico. Actualmente, la multimodalidad es entendida como la característica principal de los folletos, implicando diferentes formas de aproximación al turista potencial. Para Francesconi (2014: 6):

La multimodalidad cumple una pluralidad de funciones semióticas, cognitivas y emocionales: captura la atención del lector y genera una forma positiva y agradable de actitud psicológica; ayuda a la concentración, presenta énfasis y, en consecuencia, deja una huella duradera.

Dada la intangibilidad del producto turístico se genera la necesidad de representar el lugar a través de materiales promocionales para crear una ilusión de realidad y visualizar su posible realización. Desde la perspectiva de la promoción existe una necesidad de utilizar imágenes mentales para llamar la atención del turista potencial como una estrategia de marketing, de hecho, un producto está determinado por valores centrales (Francesconi, 2011).

El lenguaje específico utilizado en turismo transmite mensajes atemporales, mágicos, eufóricos y tautológicos, que contienen expectativas y experiencias de turistas, operando de una manera circular (Dann en Jafari, 2000). Al respecto, Jenkins (2003) plantea la existencia de un círculo de representación donde los turistas tienden a reproducir aquellas imágenes que se transformaron en icónicas de ciertos destinos turísticos; cuando las imágenes adquieren dicho *status*, éstas son emitidas de formas diferentes por los medios de comunicación y una vez que son publicados, alcanzan a los individuos, inspirando viajes y luego, regresan a las comunidades externas, recomenzando el círculo.

Esta idea del círculo de representación es útil para explicar el comportamiento del turista. En el caso de las imágenes visuales que los turistas fotografían son generalmente elegidas en el destino y reproducidas desde la perspectiva de las ya vistas en los folletos, postales, entre otros. Por consiguiente, aparece un ‘círculo hermenéutico’ donde las imágenes son localizadas y recapturadas, para luego ser mostradas en los círculos íntimos exhibiendo una versión de las que originalmente tenían antes de la partida (Jenkins, 2003; Urry, 2004). Es posible sumar a este mismo comportamiento la redacción de “travel logs”

(registro o diario de viaje), muy comunes entre los visitantes antárticos, donde se señala lo realizado día por día, utilizando términos y fotografías que muy fácilmente se identifican en los folletos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar adelante el presente trabajo se desarrolló una metodología de tipo cualitativa basada en el análisis de contenido textual y visual del material promocional publicado por las operadoras turísticas ya que ambas formas de comunicación transmiten ideas sobre los valores de la Antártida. Para este caso, se utilizaron los folletos correspondientes a la temporada turística 2019/2020 por tratarse de la última temporada que operó sin estar influenciada en la fase de desarrollo del material de promoción por la pandemia COVID-19.

Se analizaron un total de 15 folletos, correspondientes a diferentes compañías que organizan viajes a la Antártida, donde se describen en total 79 itinerarios diferentes. En todos los casos, estos folletos ofrecieron más de un viaje, oscilando entre 2 y 9, dependiendo de la cantidad de embarcaciones de cada compañía y de la duración de sus operaciones durante la temporada turística.

Para la organización, sistematización y análisis de los resultados se utilizó el software de análisis cualitativo *Atlas.ti*. A través de este programa se construyó un libro de códigos jerarquizados y organizados, por un lado, en componentes abióticos, bióticos y antrópicos y, por otro, en propiedades de las operadoras turísticas. A su vez, los folletos de las operadoras turísticas fueron nombrados con una identificación propia, siguiendo un orden consecutivo (F1, F2, F3, ...).

El contenido de los folletos

Los componentes bióticos presentaron la frecuencia más alta, alcanzando el 45% comparados con los componentes abióticos (34%) y los antrópicos (21%). En el caso de los componentes bióticos, se distinguen distintos grupos de vida silvestre, siendo los pingüinos la frecuencia más alta, para los componentes abióticos el principal componente es el hielo y para los antrópicos los exploradores antárticos.

Dentro del contenido textual de los folletos, se observa que el paisaje antártico es referenciado mediante el uso de la hipérbole como un recurso lingüístico para destacar el espacio en tanto destino superlativo. Esta propiedad del lenguaje es definida por Dann (1996) como el lenguaje de la euforia, rico en superlativos, redundante, como forma elogiosa de expresión (Francesconi, 2011; Gandin, 2015), de especial utilización en el género del turismo.

Además, algunos operadores turísticos citaron textualmente opiniones de pasajeros como otra fuente, provocando que el turista potencial se pudiera sentir identificado con personas que hubieran tenido una experiencia enriquecedora.

El contenido visual atrapa la atención del turista potencial mediante una atracción inmediata. La imagen ayuda a hacer visible el intangible producto turístico (Francesconi, 2011). Es así como Jenkins señala:

El poder de la imagen visual para inspirar viajes a lugares distantes está muy bien explotado por los constructores de mitos en el marketing turístico y es importante para el entendimiento de la conducta del turista (Jenkins, 2003: 305).

En relación con el contenido visual, 746 imágenes fueron utilizadas. En la mayoría de los casos, la distribución de las imágenes siguió el mismo patrón, usando una fotografía

deslumbrante con colores vivos para la portada, fotos, diversas imágenes de diferentes componentes del paisaje antártico, retratos de miembros del *staff*, mapas para cada viaje y varias fotos de pasajeros, con quienes el turista potencial se pudiera sentir identificado. Con el fin de clasificar las imágenes, el tema principal que aparece en la foto fue el que se tuvo en cuenta. A través de las imágenes, las operadoras turísticas no solamente promocionan el viaje utilizando fotografías de destacados componentes del paisaje, sino que también muestran características de los servicios que ofrecen a bordo, tales como amenidades, miembros del *staff*, detalles del buque, actividades, etc. Del total de imágenes, el 43% corresponde a las tres categorías de componentes del paisaje que ya se habían analizado en el contenido textual. De ese porcentaje, los componentes abióticos y bióticos fueron significativamente los más importantes en el contenido visual con un 47% y 44% de representación respectivamente. Las imágenes conteniendo hielo y pingüinos como elementos principales lideraron la participación, el hielo se encuentra presente en la mayoría de las imágenes, ocupando un lugar secundario cuando aparece vida silvestre o pasajeros.

CONSIDERACIONES FINALES

La narrativa de los materiales promocionales contiene un peso específico al asignar valoraciones al paisaje antártico, probablemente estas valoraciones se encuentren relacionadas con la impresión que produce la lejanía de la Antártida de espacios densamente poblados como así también su estado de *cuasi* pristinidad. En este sentido, las imágenes sobre la Antártida están básicamente reforzadas desde símbolos que representan la naturaleza no domesticada y salvaje y evidencian el poder subyacente del temor reverencial que provoca miedo y, al mismo tiempo admiración.

La Antártida despierta sensaciones superlativas que se expresan en palabras e imágenes desde la perspectiva de la promoción de las operadoras turísticas. De acuerdo con los resultados obtenidos se puede señalar cómo el círculo de la representación tiende a reproducir aquellas imágenes que resultan icónicas de la Antártida, coincidentes con los contenidos textuales y visuales de los folletos. Seguramente y siguiendo este círculo de representación, las impresiones de los visitantes volverán a las operadoras turísticas para así retroalimentar el círculo.

El paisaje antártico alcanzó prácticamente el mismo énfasis a través de las palabras y de las imágenes, el hielo y la vida silvestre son los componentes mayormente destacados. Los pingüinos se reconocen como la especie más carismática, resultando emblemática y, en consecuencia, transformándose en la especie referente de Antártida. Cabe destacar que los mamíferos marinos, aunque de carácter no predecible para la observación, también ocupan un lugar importante.

Los componentes antrópicos, especialmente las referencias a los exploradores fueron más relevantes en el contenido textual de los folletos, esto probablemente se debe a que es más sencillo describir eventos relacionados con la historia de la exploración antártica en palabras que en imágenes visuales, además, el uso de frases tomadas de los cuadernos de bitácora de estos exploradores es un recurso ampliamente utilizado para inspirar al potencial visitante antártico. Entre los exploradores, la figura de Ernest Shackleton es destacada por sobre las demás, respondiendo a un relato ya prácticamente estructurado y hegemónico de las operadoras turísticas que instalaron una narrativa dominante y que forma parte de las representaciones de los visitantes antárticos al reconocerlo como el gran explorador antártico.

Cuando se realizan referencias al paisaje antártico en su conjunto, considerándolo como una unidad, se utilizan palabras específicas que se repiten tanto en los folletos como en

las descripciones de los pasajeros: impresionante, magnífico, prístino, más allá de la imaginación, entre otros. Todos estos términos mantienen la función de hipérbole, relacionada con el lenguaje de la euforia, tan propio del género del turismo. Estas palabras representan los atributos de la Antártida dando la idea de un sentimiento poderoso y arrollador. Asimismo, el paisaje antártico es definido al enfatizar palabras que remiten a lo remoto, naturaleza salvaje, vastedad e inmensidad, palabras con una fuerte connotación de unicidad. Por otra parte, las descripciones de sitios históricos hacen alusión a las dificultades y a las epopeyas épicas de los exploradores antárticos, acentuando el carácter aislado y lejano del lugar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baloglu, S. y McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of tourism research*, 24 (6): 808-89.
- Bigné, J. y Sánchez, M. (2001). Evaluación de la imagen de destinos turísticos: una aplicación metodológica en la comunidad Valenciana. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. 10 (3): 189- 200.
- Calvi, M. V. (2010). Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación. *Ibérica*, 19: 9-31.
- Camprubí, R.; Guía, J. y Comas, J. (2009). La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. *Pasos*, Vol. 7 (2): 255-270.
- Chadefaud, M. (1987). *Aux origines du tourisme dans les pays de L'Adour. Du mythe a l'espace: en essai de géographie historique*. Bourdeaux: Universidad de Bourdeaux.
- Dann, G. M. S. (1996). *The language of tourism. A sociolinguistic perspective*. Wallingford: CAB International.
- Febas Borra, J. L. (1978). Semiología del lenguaje turístico. *Estudios turísticos* 57-58: 17-192.
- Francesconi, S. (2011). Images and writing in tourist brochures, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9 (4): 341-356.
- Francesconi, S. (2014). *Reading tourism texts. A multimodal analysis*. Toronto: Channel view Publications.
- Fontana, P. G. (2014). *La pugna antártica*. Buenos Aires: Guazivirá.
- Gandin, S. (2015). Translating the representation of the tourist landscape: A corpus-based study. *Topics in linguistics*, No 15: 1-14.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. Nueva York: Routledge.
- Jenkins, O. (2003). Photography and travel brochures: The circle of representation. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*. Vol. 5 (3): 305-328.
- Molina, A. and Águeda, E. (2006). Tourism brochures. Usefulness and image. *Annals of Tourism Research*, Vol. 33 (4): 1036-1056.
- Prats, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*, N° 21: 17-35.
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Vereda, M. (2018). Representaciones simbólicas, producción de imágenes y usos de los espacios. La experiencia turística de los visitantes antárticos en la Antártida y en Ushuaia como destinos turísticos remotos. *Tesis doctoral*. Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.

Mesa de Trabajo N°1: Valorización turística de espacios naturales y rurales: actores, estrategias y usos

PERCEPCIONES DE LA COMUNIDAD LOCAL SOBRE EL USO TURÍSTICO DE GEORRECURSOS CULTURALES EN TIERRA DEL FUEGO

Schwarz Soledad, Guerrero Gallardo Grisel, Salemme Mónica, Labrone Sabrina, Coronato Andrea.

Centro Austral de Investigaciones Científicas, CONICET, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

INTRODUCCIÓN

El turismo es una “práctica cultural” (*sensu* Rojek y Urry, 1997) y, en sintonía con ello, el turismo y la cultura se solapan de tal manera que no resulta fácil delinear una frontera clara entre ellos (Herrero Pérez, 2011). El geoturismo, como un recorte de esa práctica cultural, constituye entonces un potencial para el Turismo de Intereses Especiales (TIE), en nuestro caso a través de la puesta en valor de recursos de la geodiversidad con relevancia arqueológico-histórica. Esta propuesta puede contribuir al fortalecimiento de la identidad local y a la especificidad turística.

Para la región norte de Tierra del Fuego, el Plan Estratégico de Turismo Sustentable de la Provincia (Instituto Fueguino de Turismo, 2009) planteó la necesidad de generar actividades específicas y prolongar la estadía en la ciudad de Río Grande. Con esa perspectiva, se generó un proyecto de investigación multidisciplinar que incluía a la Dirección Municipal de Turismo de Río Grande (DTMRG). En ese marco se definió el concepto de georrecurso cultural (GC) como un elemento de origen geológico y/o geomorfológico con contenido cultural, ya sea arqueológico y/o histórico, susceptible de uso turístico-recreativo. A partir de la identificación de 27 GC (Figura 1), se diseñó una metodología *ad hoc* para valorarlos y jerarquizarlos mediante un análisis paramétrico basado en 3 ejes: geológico-geomorfológico, arqueológico-histórico y turístico-recreativo. Los principales resultados de este trabajo fueron presentados por Salemme *et al.* (2022) y Schwarz *et al.* (2022, 2023) y retomados por Guerrero Gallardo (2023).

Estos avances académicos se enriquecieron con los aportes de agentes públicos y privados de la comunidad local, vinculados directa e indirectamente con el uso turístico del área de estudio, en un trabajo de taller participativo. El objetivo de esta comunicación consiste en incorporar sus percepciones a través de una investigación-acción.

MARCO REFERENCIAL

La geomorfología cultural (*cultural geomorphology*), definida por Panizza y Piacente (2009) como el conjunto de relaciones entre los componentes del patrimonio cultural de un territorio y el contexto geológico-geomorfológico donde estos se insertan es una de las formas de acercar la población al paisaje del territorio. También se ha planteado que determinados elementos de la geodiversidad guardan una estrecha relación con el patrimonio cultural, e incluso pueden tener una importante significación religiosa y convertirse en signo de identidad local (Carcavilla *et al.*, 2007). En palabras de Massey

(1995:157) “la identidad de los lugares está íntimamente unida a los relatos que de ellos se cuentan, cómo esas historias se cuentan y cuál de ellas se convierte en dominante”. La patrimonialización de recursos es un tema de discusión para el desarrollo local, particularmente en espacios donde la actividad turística se percibe como una salida económica (Prats y Santana, 2011; Salemme y Horlent, 2017). Este es el caso del norte de Tierra del Fuego, donde las manifestaciones de actividades humanas en el pasado son frecuentes en múltiples geoformas en el paisaje estepario (costa e interior). De esta forma la naturaleza y los paisajes rurales pueden patrimonializarse e insertarse en un mercado competitivo orientado a satisfacer demandas de TIE (Kruja y Gjyrezi, 2011).



Figura 1. Localización de georrecursos culturales en el norte de Tierra del Fuego, ubicados sobre la Ruta Nacional N°3 (RN3), la Ruta Provincial N° 5 (RP5), la Ruta Provincial N° 102 (RP102) y caminos privados. Tomado de Schwarz *et al.* (2023).

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Un proceso de investigación-acción supone un vínculo investigadores-participantes para el logro de un objetivo común, y por ende dicho proceso se hace colaborativo mediante

un diálogo que deriva de la confrontación de ambas partes (Hernández Santana, 2000). En consecuencia, el proyecto de investigación antes mencionado preveía la realización de un taller participativo con la comunidad local de Río Grande para complementar y profundizar el análisis paramétrico a partir de la opinión de los actores clave del territorio. Para ello se identificaron y seleccionaron diferentes agentes del sector público y privado vinculados con el área donde se emplazan los GC. Se invitó telefónicamente o vía correo electrónico a administradores de estancias, empresas privadas petroleras y gasíferas, personal de las fuerzas armadas, así como representantes de museos, organismos de conservación, miembros de comunidades originarias y también docentes con orientación al Turismo y personal de entes oficiales de turismo. El taller, en el que participaron 15 personas, tuvo una duración de 3 horas e incluyó una serie de actividades coordinadas por un moderador.

Luego de que Salemme *et al.* (2022) analizaran y jerarquizaran 27 GC, en la instancia del taller se propuso a los asistentes evaluar dichos GC según 3 valores (alto/medio/bajo) para los siguientes criterios: 1- la *belleza escénica* que evoca cada GC, 2- el interés personal por *aprender* sobre cada GC, 3- el interés personal por *visitar* cada GC, 4- la *atractividad* que reviste cada GC para atraer turistas y 5- el grado de *identificación* personal con cada uno. Para ello, se entregó una tabla de doble entrada impresa con los 5 criterios y se fueron mostrando fotografías de cada GC para que cada participante vuelque su percepción. *A posteriori*, cada valoración cualitativa se cuantificó: 3 puntos para el valor “alto”, 2 puntos para el valor “medio” y 1 punto para el valor “bajo”. De esta forma, el puntaje mínimo que podía obtener cada GC era de 75 puntos (5 criterios x 1 punto x 15 participantes) y el máximo era de 225 puntos (5 criterios x 3 puntos x 15 participantes). El procesamiento y análisis de los datos se ejecutó mediante el uso de estadística descriptiva.

Otra de las actividades del taller implicó discutir en pequeños grupos los aspectos positivos y negativos del potencial uso turístico-recreativo de los GC en la zona de estudio. Para ello, se brindó una planilla impresa a cada uno de los 4 grupos conformados donde luego de 15 minutos de discusión, debían redactar al menos 3 ventajas y 3 desventajas. En gabinete, se procesaron dichas planillas a través del uso del software *Atlas-ti.9*.

RESULTADOS

A partir de la primera actividad se construyó un *ranking* (Tabla 1) donde se observa que los 5 primeros GC son altamente valorados por los actores locales ya que obtuvieron puntajes por encima de 202. Se trata de recursos litorales que corresponden a cabos, bahías y desembocaduras, ubicados sobre la RN3 o en sus adyacencias, de manera que la accesibilidad está garantizada. En el caso de los GC 10, 7 y 11 (ver Fig. 1) es interesante remarcar que se trata de sitios incorporados en el imaginario local, muy utilizados con fines recreativos por la comunidad residente de Río Grande. El GC 10 obtuvo el primer lugar en 3 criterios: *belleza*, *aprender* y *atractividad*.

Respecto de los 5 últimos GC, se observa que sus puntajes están muy por encima del mínimo posible, superando los 121 puntos. Éstos se ubican sobre o próximos a la RN3 y la RP5, o en caminos internos de campos privados. Se destaca que el GC 14 y el GC 27 no son de acceso público y que el GC 20 ocasiona grandes dificultades en la ciudad dado que se trata de una laguna cuyo fondo seco, en determinados momentos del año, genera nubes de polvo que afectan a la localidad.

Por otro lado, a partir de la segunda actividad mencionada, se procedió a agrupar las ventajas y desventajas señaladas por los participantes en 5 categorías (Figura 2). Entre los

aspectos positivos se distinguieron: “Singularidad/Relevancia” según los bienes o elementos que los grupos consideraron que podrían ponerse en valor; “Actividades potenciales” centradas en las prácticas turísticas a implementarse; “Accesibilidad” en cuanto a la distancia entre el centro poblacional más cercano (Río Grande) y el GC así como la facilidad de recorrerlo; “Infraestructura e instalaciones” con alusión a lo que existe en la zona y puede ser utilizado por el turismo (alojamiento, señalización); y “Otros aspectos positivos” en los que se expone la generación de nuevas propuestas turísticas, integración regional y la puesta en valor.

Los aspectos negativos refieren a: “Accesibilidad limitada” en base al dominio privado de la tierra, la condición de la ruta o sendero del GC; “Impactos negativos por la actividad turística” en el que se exponen las potenciales consecuencias derivadas del turismo que afectarían a los GC (erosión del suelo por sobrecarga, contaminación, residuos, otros); “Infraestructura” en la que se manifiesta la escasez o ausencia de alojamientos o la limitación de rutas; “Instalaciones” centrándose en la carencia o inexistencia de cartelera y sanitarios; y “Otros aspectos negativos” en los que se explicita la necesidad de impulsar la promoción de la zona norte así como un mayor control del espacio natural.

Puesto	Código	Georrecurso cultural	Puntaje
1	GC10	Cabo Domingo	213
2	GC17	Bahía San Sebastián	207
3	GC7	Cabo Peñas	205
4	GC11	Desembocadura Río Chico	204
5	GC19	Cabo Espíritu Santo	202
6	GC6	Punta Popper	198
7	GC15	Bloques Erráticos en Punta Sinái	198
8	GC18	Península El Páramo	198
9	GC24	Afloramiento Fm. Castillo 2	192
10	GC23	Afloramiento Fm. Castillo 1	188
11	GC3	Punta María	179
12	GC25	Laguna Amalia	176
13	GC9	Cordones Litorales La Misión	175
14	GC8	Laguna Peñas	171
15	GC26	Laguna O'Connor	171
16	GC1	Cabo Auricosta	168
17	GC21	Laguna Arturo	167
18	GC2	Río Fuego	166
19	GC5	Estuario Río Grande	165
20	GC22	Laguna sin nombre Ea. San Julio	164
21	GC4	Ensenada La Colonia	159
22	GC13	Cordones Litorales Río Chico	150
23	GC14	Paleoacantilados Ea. Flamencos	149
24	GC12	Río Chico	135
25	GC20	Laguna Seca	124
26	GC16	Estratos Inclinados Fm. Carmen Silva	122
27	GC27	Laguna Perro	121

Tabla 1. Jerarquización de los georrecursos culturales según la valoración de los participantes del taller que representaron a la comunidad de Río Grande.

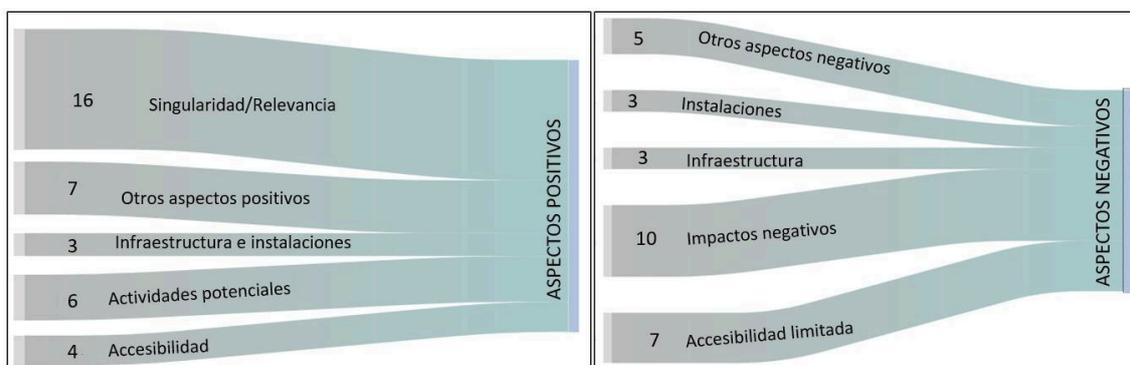


Figura 2. Diagrama de Sankey que muestra el peso relativo de las ventajas y desventajas de un potencial uso recreativo-turístico del norte de Tierra del Fuego, según la percepción de los participantes del taller.

COMENTARIOS FINALES

Los resultados del proyecto derivaron en un proceso de investigación-acción cuyo objetivo principal consistió en aportar, desde la academia, a la búsqueda de alternativas para la resolución de necesidades locales, haciendo partícipes a los actores del territorio. Se constató que los 5 GC mejor valorados por los participantes del taller ya formaban parte del repertorio de recursos que la DMTRG ofrecía en su *Programa de verano Descubrí Río Grande*, es decir, salidas con personal de dicho organismo para que los residentes se apropien de los paisajes septentrionales, con su historia natural y cultural. *A posteriori* del taller, y recién en el verano 2023, se incluyó en el cronograma de actividades la visita a los afloramientos de la Formación Castillo (GC 23 y 24) sobre la RP5 tal como se observa en el sitio oficial (<https://turismo.riogrande.gob.ar/excursiones/>). Como se desprende de la Tabla 1, estos recursos fueron valorados dentro de los 10 mejores demostrando el interés que revisten para la comunidad y su necesidad de conocer y aprender respecto del territorio que habitan.

Si efectivamente se ofrece una oportunidad para visitar estos lugares, se podría fomentar un mayor grado de identificación, lo que eventualmente permitiría que los GC devengan en atractivos para el aprovechamiento turístico y satisfacer así demandas de TIE.

REFERENCIAS

- Carcavilla Urquí, L., Lopez Martínez, J., y Durán Valsero, J. (2007). Patrimonio geológico y geodiversidad: investigación, conservación, gestión y relación con los espacios naturales protegidos. *Cuadernos Del Museo Geominero*, Instituto Geológico y Minero de España, N° 7. 360 pp.
- Dirección de Turismo Municipal de Río Grande. Excursiones, Actividades, recomendaciones e inscripciones. Disponible en: <https://turismo.riogrande.gob.ar/excursiones/> Recuperado el 12/4/23
- Guerrero Gallardo, G. (2023). *Espacios fueguinos periféricos: visibilización turística del patrimonio del Cabo Espíritu Santo (Tierra del Fuego, Argentina)*. Tesis de Maestría en evaluación, Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- Hernández Santana, A. (2000). Investigación-Acción. Utilidad y modestia de las Ciencias Sociales. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales CLACSO*. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Cuba/cips/20120823043044/cips3.pdf>
- Herrero Pérez, N. (2011). La posmodernización de la tradición. Nuevos retos para la gestión del patrimonio. *Revista de Antropología Social*, 20: 293-307.

- Instituto Fueguino de Turismo (2009). Plan Estratégico de Turismo Sustentable. Itinerario 2020. Provincia de Tierra del Fuego, Argentina. Disponible en: <https://infuetur.gob.ar/planestrategico>
- Kruja, D., y Gjyzezi, A. (2011). The special interest tourism development and the small regions. *Turizam*, 15(2), 77–89.
- Massey, D. (1995). Places and their past. *History Workshop Journal*, 39: 183-192
- Motti, J., Luigi, P., Salemme, M., Santiago, F. y Nores, R. (2020). 7000 años de historia en el fin del mundo. *Desde la Patagonia, Difundiendo saberes*, 17 (30): 56-64.
- Panizza, M. y Piacente, S. 2009. Cultural Geomorphology and geodiversity. En: E. Reynard, P. Coratza G. y Regolini-Bissig (eds.), *Geomorphosites*: 35-48.
- Prats, Ll. y Santana, A. (2011). Turismo, identidad y patrimonio. Las reglas del juego. En: Turismo y Patrimonio. Entramados narrativos. *Colección PASOS edita*, 5: 305 pp. Tenerife, España.
- Rojek, C. y Urry, J. (1997). Transformations of travel and theory. En: Rojek, C. y Urry, J. (eds), *Touring Cultures*, pp. 1-22.
- Salemme, M. y L. Horlent. (2018). The patrimonialisation and the Heritage value of the archaeological record. Tierra del Fuego as a case study. En: Dos Santos, M., Lopes Da Cunha, F. y Rabassa, J. (eds.), *Latin American Heritage*, pp. 53-66.
- Salemme, M., Coronato, A., Schwarz, S., Flores, F., Guerrero Gallardo, G., Labrone, S., Mora, C., Oría, J. y Santiago, F. (2022). *Paisajes que cuentan historias. Descubriendo el norte de Tierra del Fuego*. Universidad Nacional de Tierra del Fuego. Ushuaia. Edición propia.
- Saletta, M.J. y D. Fiore. (2019). Nuevos artefactos en el “Nuevo Mundo”. La introducción de cultura material alóctona en contextos arqueológicos indígenas en Fuego-Patagonia durante el proceso de contacto (siglos XVI al XX). *Arqueología*, 25(2): 141-167.
- Schwarz, S, Salemme, M, y Coronato, A. (2022). A methodology to assess cultural geo-resources: encouraging geotourism in Tierra del Fuego (Southern Patagonia, Argentina). *International Conference on Geomorphology*. Coimbra, Portugal, 2022. ICG2022-140 <https://doi.org/10.5194/icg2022-140>.
- Schwarz, S., Labrone, S., Coronato, A., Flores Barrera, F., Guerrero Gallardo, G. y Salemme, M. (2023). Análisis de georrecursos culturales para el uso turístico. Aplicación de una propuesta metodológica en el norte de Tierra del Fuego (Argentina). *Serie Correlación Geológica*, 38 (2): 65-89

Mesa de Trabajo N°1: Valorización turística de espacios naturales y rurales: actores, estrategias y usos

DINÁMICAS TURÍSTICAS-RECREATIVAS Y PATRIMONIALES DE LA RESERVA NATURAL COSTERA MUNICIPAL DE BAHÍA BLANCA

Matamala Romina.

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur

INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años se ha visto un aumento en la necesidad de actividades de ocio relacionadas a la naturaleza, esto debido a la pandemia por el COVID-19 que impuso aislamiento regional y no se permitía el traslado por turismo. Es así, que lugares vinculados al aire libre del entorno inmediato de los residentes de una localidad se volvieron en importantes espacios de recreación.

La presentación de esta investigación es resultado de una primera aproximación conceptual que relaciona los espacios naturales patrimonializados con la valoración social y turística que los mismos poseen. El área de estudio comprende la localidad de Bahía Blanca, específicamente la Reserva Natural Costera Municipal que cuenta con recursos para ser parte de la oferta turística-recreativa local.

Esta Reserva ha sido declarada con el objetivo de brindar un uso turístico-recreativo y permitir el contacto con el entorno natural. Se proyectó un diseño de lo que sería un paseo costero, el cual quedó abandonado en su primera etapa de ejecución. Por lo expuesto, el objetivo es analizar el proceso de patrimonialización del área natural y si el mismo posee una valoración social como un bien común.

MARCO TEÓRICO

Patrimonialización y patrimonio territorial

El patrimonio es dinámico por la interrelación entre diferentes actores, es decir, puede tener múltiples usos y funciones según los objetivos o intereses que persiga la sociedad o grupos sociales.

El patrimonio resulta de un proceso de activación (Prats, 1998) donde se seleccionan objetos para ser patrimonializados. Este mecanismo social se produce por la legitimación de referentes simbólicos, es decir, cumplen un rol importante los actores políticos, los científicos o expertos que cuentan con la capacidad de proponer interpretaciones o significados para establecer nuevos repertorios patrimoniales (Prats, 1998).

Es decir, el rol de los actores sociales es clave en el proceso de patrimonialización, es por ello que en la actualidad los aportes en la temática tienden hacia una integralidad en los criterios de valoración, es decir, en términos sociales, históricos y territoriales, que permiten echar luz sobre otras historias e identidades, más allá de las que configuran el “discurso patrimonial autorizado” (Smith, 2011).

En este marco, el patrimonio es el resultado de un proceso definido por ciertos valores, ideas e intereses (Prats, 1998; Graham, Ashworth y Tunbridge, 2000; Santana Talavera, 2002; Almirón, Bertonecello y Troncoso, 2006) y llevado a cabo por un conjunto de actores que cuentan con el poder de representatividad para lograrlo. Siguiendo a Almirón,

Bertoncello y Troncoso (2006), establecen que si un lugar es designado como patrimonio por la vía oficial permite tener un reconocimiento a una escala determinada (municipal, provincial, nacional o internacional), lo que contribuirá a que dicho sitio obtenga otro tipo de estatus y que se redefina el mapa de las relaciones de agentes que intervienen.

Es decir, desde una mirada tradicional, como expresa Kraser y Lorda (2010), los recursos se llegan a convertir en patrimonio de una localidad si son designados como tal legalmente, sin embargo, desde la mirada crítica se discute esa posición ya que para la efectiva conformación del arraigo e identidad de un componente en la sociedad se necesita la conciencia colectiva.

Los vínculos que se desarrollan a lo largo del tiempo y que tienen como protagonistas a los actores y su entorno, permiten confirmar que ya no se puede disociar la estrecha relación que existe entre sociedad y naturaleza y sus mutuas influencias (Hernández Hernández, 1996), sino que es necesario contemplar lo cultural y natural como una misma realidad.

Actualmente, existe una evolución del concepto de patrimonio, entendido desde su perspectiva etimológica, desde una visión acotada o centrada en los monumentos hacia una de carácter integral o territorial, en la que se articulan los componentes de origen antrópico (patrimonio cultural), con aquellos de carácter físico-biológico (patrimonio natural). Es un desplazamiento conceptual del patrimonio limitado solo a lo estético o lo excepcional de la naturaleza o la cultura, al concepto de patrimonio territorial (Ortega Valcarcel, 1998), el cual supone una visión más integrada, que implica una transición de la mera protección de los elementos patrimoniales, a su puesta en valor como recursos (Feria Toribio, 2010, 2013).

El patrimonio como bien común

Desde hace un tiempo existe otra mirada respecto a la política patrimonial, asociada al desplazamiento de lo patrimonial como “objeto” hacia una política de los “bienes comunes”¹⁴ (Barbieri, 2014; Lacarrieu, 2020). Lo común, los *commons*, el procomún, los bienes comunes e incluso comunalizar, son acepciones que se vienen utilizando como herramientas de acción política, social y legal (Holder y Flessas, 2008), impulsadas por diversos movimientos sociales en diferentes dimensiones (ambiental, económica, urbana, digital, etc.) (Barbieri, 2014).

Desde el punto de vista económico, entender lo que significa un bien común, implica pensar en dos propiedades fundamentales: la posibilidad de exclusión y la condición de rivalidad de los bienes. La primera hace referencia a la capacidad que poseen los usuarios de un bien de excluir a otros de la utilización del recurso con cierta facilidad o a un bajo costo. Así, un bien es excluible si es posible evitar que alguien disfrute de su beneficio y esta exclusión puede darse vía precios. La segunda se refiere a la posibilidad que tienen diferentes usuarios de disponer y/o usar un bien, cuando este ya está siendo utilizado por al menos uno (Munt, 2013). De este modo, un bien es rival cuando su uso por parte de una persona disminuye la cantidad disponible para alguien más. Fernandes de Santana et al. (2015) mencionan que la rivalidad puede presentarse en forma parcial, cuando el consumo de un bien por parte de una persona disminuye el beneficio que le reporta el consumo a otros, más que reducirlo a cero. En este último caso, la rivalidad parcial se refiere a aquellos bienes que pueden ser consumidos por un número acotado de personas

¹⁴ Lacarrieu (2020) manifiesta que las políticas de patrimonio como objeto solo interviene el Estado y considera al patrimonio como monumento. Por otro lado, este se desplaza hacia una política de bien común, donde comienzan a relacionarse los diferentes actores (Estado y comunidad) y forman parte de las acciones para reconocer al patrimonio como un bien común.

al mismo tiempo dado que, de no ser así, es posible que se deterioren a través de su uso colectivo al existir problema de congestión.

Teniendo en cuenta la característica de rivalidad y los altos costos de exclusión, gran parte de los componentes territoriales tienen el carácter de RUC (lo arquitectónico, cultural, histórico, natural) y, por lo tanto, diferentes categorías patrimoniales se enmarcan en esta clasificación¹⁵. Esto pone de manifiesto que no solo los recursos naturales son RUC, existe una serie de recursos culturales, saberes colectivos, infraestructura, monumentos, equipamiento, espacios públicos, reservas naturales, humedales, paisajes culturales etc., localizados en diferentes espacios geográficos (espacio urbano, rural, peri-urbano, etc.) que pueden considerarse RUC.

Finalmente, a modo de resumen, siendo que el patrimonio territorial está totalmente relacionado al valor que le deposita la sociedad, que existe una “relación del binomio patrimonio-territorio como una construcción social, lo que permite relacionar a éstos con las comunidades” (Pinassi y Bertonecello, 2023, p. 17), es menester afirmar entonces, que el patrimonio territorial se puede analizar bajo la perspectiva de lo común. Asimismo, resulta fundamental brindar las bases de los discursos hegemónicos que se presentan en los procesos de patrimonialización de los recursos (por ejemplo, cuando se trata de áreas naturales protegidas) y quienes han sido los actores dominantes en diferentes escalas.

METODOLOGÍA

Para la presente investigación se realizó una revisión bibliográfica con el fin de resaltar los conceptos teórico-conceptual: patrimonialización, patrimonio territorial, bien común. Asimismo, y de modo descriptivo, se presenta de forma sintética una caracterización de la Reserva Natural.

DISCUSIÓN

Caracterización de la Reserva Natural Costera Municipal

La Reserva Natural Costera Municipal de Objetivo Definido (declarada por el decreto municipal 707/2006), depende de la Municipalidad de Bahía Blanca, y fue pensada con la idea de brindar un uso turístico-recreativo y permitir el contacto con el entorno natural a través de una salida directa al mar.

Esta área se encuentra en cercanías al basural Belisario Roldán y al balneario Maldonado. Está localizada sobre la franja costera de la localidad de Bahía Blanca en el sector interno del estuario, al sudoeste de la provincia de Buenos Aires. En cuanto a superficie, abarca aproximadamente 319 ha y se ubica a 4 km del palacio municipal y la plaza del centro histórico de Bahía Blanca.

Desde el punto de vista fitogeográfico, se ubica en el ecotono de la Provincia Pampeana (distrito Pampeano Austral) y la Provincia del Espinal (distrito del Caldén) (Cabrera, 1971). A su vez, la reserva se ubica en un ambiente de transición continental-marino.

En cuanto a sus características ambientales, se encuentra en una zona de humedal también llamado cangrejal por la presencia del cangrejo cavador (*Neohelice granulata*) el cual realiza cuevas en cercanía del jume (*Sarcocornia perennis*), una planta de la familia de

¹⁵ Es importante aclarar que no todos los bienes patrimoniales pueden ser clasificados como RUC. Así, los bienes del patrimonio cultural mueble como las obras de arte (pinturas, esculturas, manuscritos, documentos históricos) que pueden ser intercambiados en el mercado del arte, tienen un precio y cumplen con la característica de exclusión y rivalidad. Sin embargo, siguiendo a Throsby (2001, 2008) estos bienes culturales como elemento de la historia del arte proporcionan amplios beneficios como bien público a los historiadores, los amantes del arte y el público en general, por ello tienen un perfil mixto.

las suculentas. Además, se observa sectores de marismas con espartina (*Spartina alterniflora*). El tipo de vegetación y suelo permite que distintas aves se acerquen al lugar para alimentarse, como refugio o para anidar.

La creación del área protegida y su objetivo definido esta relacionado a lo educativo, para acercar a la sociedad el conocimiento sobre las demás áreas protegidas del estuario y la necesidad de conservar el ambiente y su ecosistema. A partir de 2011, año en que se presenta el proyecto del denominado "Frente Costero Marítimo de Bahía Blanca", la reserva se incorporó al Sistema Provincial de Áreas Naturales Protegidas mediante la sanción del Decreto Provincial N° 469/11.

El proyecto del Frente Marítimo o también conocido como Paseo del Humedal se desarrolló en el marco del Plan de Desarrollo Costero Portuario Recreativo que consistía en tres etapas. En una nota periodística del año 2011, el arquitecto Marcelo Lenzi manifestaba al respecto: "Es un hecho realmente histórico: se trata de resolver el viejo anhelo de volcar la ciudad hacia la ría, manteniendo un equilibrio entre su desarrollo portuario y sus necesidades de esparcimiento" (La Nueva, 2011). La aspiración del grupo de actores que se involucraron en ese momento quedo en aguas, ya que el proyecto de infraestructura y equipamiento para este sitio quedó inconcluso, siendo uno de los motivos la falta de fondos provinciales.

Lamentablemente, el lugar se volvió a convertir en basural a cielo abierto y el espacio que una vez fue proyectado a ser el paseo costero y de acceso al mar quedó en los papeles. Sin embargo, el sector siguió con su actividad de Club de Pesca y también un espacio donde poder tener un contacto con el mar. Durante el periodo de aislamiento obligatorio y preventivo por el COVID-19 esta área natural comenzó a tener un auge que hasta entonces no se había generado, fue el momento que se volvió a sentir la necesidad de contar con un espacio natural y disfrutar lo que existe a tan poca distancia del centro bahiense.

REFLEXIONES FINALES

A partir de esta primera aproximación conceptual, se puede decir que esta reserva natural contó con un proceso de legitimación patrimonial con un objetivo específico por parte de los actores hegemónicos. A su vez, existe una valoración social y una apropiación del sector por parte de grupos que tienen intereses en común como lo es la pesca, pero también por parte de residentes que buscan ese contacto con lo natural, con el mar.

Se puede afirmar que este lugar es un bien común, que cuenta con las características de ser dinámico y que depende de las fuerzas sociales, es decir, de cuanto valor le deposite esta al área en cuestión. Aún son varios los interrogantes por analizar, pero es importante mencionar que la participación de todos los actores es lo que posibilita que este sector siga siendo un espacio de recreación y será necesaria el involucramiento de todos para que el proyecto que una vez se presentó siga avanzando.

BIBLIOGRAFÍA

Almirón, A; Bertoncello, R; Troncoso, C. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 15, núm., 2, pp. 101-120, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Argentina.

Barbieri, N. (2014). “Cultura, políticas públicas y bienes comunes: hacia unas políticas de lo cultural”. *Ágora*, 1, 1, pp 101-119. Doi: <http://dx.doi.org/10.6035/Kultur.2014.1.1.3>

Cabrera, A. L. (1971) Fitogeografía de la República Argentina. *Sociedad Argentina de Botánica*, 14 (1), 1-42.

Feria Toribio, J. (2010). Patrimonio territorial y desarrollo sostenible: un estudio comparativo en Iberoamérica y España. *Estudios Geográficos*. Vol. (71), 268, pp. 129-159

Feria Toribio, J. (2013) “El patrimonio territorial: algunas aportaciones para su entendimiento y puesta en valor”. *E-rph, Revista electrónica de patrimonio histórico*. España: Universidad de Granada, n° 12. [En línea]. <http://www.revistadepatrimonio.es/revistas/numero12/patrimonio/estudios/articulo.php>

Fernandes de Santana, V; Rubens Fontes Filho, J; Barroso Rocha, S. (2015). “Gestión local de recursos de uso común en turismo. La perspectiva de Elinor Ostrom”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 24, núm. 1, 2015, pp. 56-75. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires, Argentina. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000100004&lng=es&tlng=es.

Graham, B.; Ashworth, G. J. y Tunbridge, J. E. (2000). *A Geography of Heritage. Power, Culture and Economy*. Arnold Publishers, Londres

Hernández Hernández, F. (1996). La conservación integral del patrimonio. *Complutum Extra*, 6 (II), 251-260.

Kraser, M.B.; Lorda, M.A. (2010). “El patrimonio cultural como generador de identidad local desde una visión analítica del relato de actores involucrados. Estudio de caso en la localidad de General Daniel Cerri (Partido de Bahía Blanca en la provincia de Buenos Aires, Argentina)”. *Acta Geográfica, Boa Vista*, v. 4, n. 8. Pp.83-100

Lacarrieu, Mónica (2020). “Patrimonio Cultural Inmaterial y Participación Comunitaria”. Área de Gestión Cultural – FCE – Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

Munt, J. L. (2013). El problema de acción colectiva inherente a los Recursos de Uso Común (RUC). Una aproximación a las principales teorías que abordan la problemática. *Cadernos Gestão Social*, v.4, n.2, p.181-197.

Ortega Válcara, J. (1999) “El Patrimonio Territorial: el territorio como recurso cultural y económico”. *Revista del Instituto de Urbanística de la Universidad de Valladolid-Ciudades*, 4 (1999): 33-48.

Prats, L. (1998). El concepto del patrimonio cultural. *Política y Sociedad*, 27: 63-76.

Santana Talavera, A. (2002). Mirar y leer: autenticidad y patrimonio cultural para el consumo turístico, en *Actas del VI Encuentro Nacional de Turismo con Base Local, Campo Grande*, www.atropologiasocial.org

S/ n. (2011). Presentaron el proyecto para que Bahía mire al mar. La nueva

Smith, L. (2011). El “espejo patrimonial”. ¿Ilusión narcisista o reflexiones múltiples?
Antipod. Rev. Antropol. Arqueol. No. 12, Bogotá, 262 pp. ISSN 1900-5407, pp. 39-63

Mesa de Trabajo N°1: Valorización turística de espacios naturales y rurales: actores, estrategias y usos

PROCESOS DE VALORIZACIÓN TURÍSTICA EN BAHÍA BLANCA (ARG.): LOS CASOS DEL RECURSO TERMAL Y EL RECURSO COSTERO

Gambarota Daniela.

Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur, CONICET, Universidad Nacional del Sur.

Matamala Romina.

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur

INTRODUCCIÓN

El turismo, como fenómeno dinámico, incorpora constantemente propuestas que se adecúen a las necesidades y demandas de los viajeros. Gracias a la incidencia de la pandemia producida por el Covid-19, en la actividad turística se produce una orientación de los turistas a elegir destinos en los cuales se puedan realizar actividades al aire libre, en contacto con la naturaleza y en donde se propicie un turismo sustentable (Fraiz Brea y Tarrés Falcó, 2020; Flores Vázquez, 2021). Tal es así, que en los diversos territorios se observan procesos de valorización de recursos a fin de ser incorporados a la oferta turística de los destinos.

En el presente caso, la localidad de Bahía Blanca tiene en su haber elementos naturales factibles de formar parte de los atractivos turísticos de la misma tales como el recurso termal y el recurso costero. Por lo tanto, el objetivo del estudio consiste en analizar el proceso de valorización de los mencionados recursos y su potencial incorporación o fomento, dentro de la oferta turística de la ciudad.

Los interrogantes que guían esta investigación es determinar si: ¿el recurso termal y costero son factibles de ser incorporados a la oferta turística-recreativa de Bahía Blanca?, ¿qué actores deberían intervenir?, ¿quiénes serían los beneficiarios?

MARCO TEÓRICO

Los procesos de valorización turística

La valorización turística de los recursos, alude a una valorización económica. De esta forma, la misma ocurre cuando existe una coordinación de esfuerzos y voluntades para asignar significados a los atractivos turísticos tangibles e intangibles que hay en un determinado territorio. Es decir que, el valor turístico del patrimonio de un espacio se construye socialmente, el proceso de valorización turística conlleva esfuerzos de planificación, de negociación y consenso entre diversos actores intervinientes para producir beneficios en la sociedad a partir de la comercialización de bienes y servicios turísticos del territorio (Guerrero, Gallucci, 2015).

Verduzco Chávez (2010:429-430) expresa que: "...la valorización turística tiene por objetivo la creación de una corriente de demanda; sin embargo, el valor creado debe tomar en cuenta la capacidad social y ambiental del destino turístico, para evitar el congestionamiento que ponga en peligro la calidad de los servicios y la viabilidad futura del destino en cuestión". Por su parte Prats sostiene que: "El problema se plantea a los

poderes locales en este campo (aparte de los que se puedan crear por su cuenta) estriba en hallar aquellas actuaciones que garanticen una rentabilidad más o menos inmediata, en términos de ejecución, y conciten el mayor consenso posible entre la población, lo cual no siempre es fácil, dado del hecho de que el posicionamiento de la población es raramente unánime, precisamente porque los procesos de patrimonialización se convierten en un lenguaje en el que se expresan los problemas implícitos en la reproducción social, incluso las tensiones políticas” (2005:25). De esta manera, si se aspira a un posicionamiento del uso turístico, será necesario analizar en qué medida los recursos se valoran como patrimonio y determinar cuáles son las experiencias recreativas significativas en primer lugar para la sociedad local y, luego, para los turistas.

METODOLOGÍA

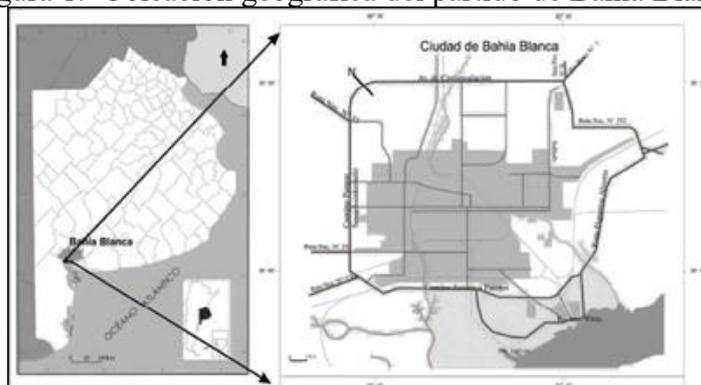
Para la presente investigación se realizó una revisión bibliográfica con el fin de resaltar el principal concepto teórico-conceptual: la valorización turística de los recursos. Asimismo, y de modo descriptivo, se presenta de forma sintética una caracterización de la localidad objeto de estudio y de los recursos analizados: termal y costero, gracias al trabajo de campo realizado en la ciudad.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Caracterización de la ciudad de Bahía Blanca

La localidad de Bahía Blanca se localiza en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, sobre la costa del océano Atlántico (figura 1).

Figura 1. Ubicación geográfica del partido de Bahía Blanca.



Fuente: Modificado de Ramborger y Lorda (2010: 54).

Según los datos provisionales del último censo 2022 (INDEC, 2023) registra 335.190 habitantes, por lo que es considerada una ciudad media según su población y un centro urbano intermedio por sus funciones ya que ofrece servicios especializados en educación, salud y otros servicios y actividades comerciales diversificadas. Además, la actividad portuaria, industrial y de servicios coloca a la ciudad como un centro regional relevante dentro del sudoeste de la provincia de Buenos Aires.

Gracias a su cercanía con el puerto y el polo industrial predominan los empleos relacionados con el sector terciario. Más aún, en su carácter de “nodo” geográfico se fueron fortaleciendo las ocupaciones vinculadas con el funcionamiento y contralor de actividades de servicios básicos (electricidad, gas natural, telefonía) (Gambarota, 2020). Respecto a la oferta cultural, es diversificada e incluye teatro, recitales, muestras y exhibiciones artísticas y espectáculos deportivos. El tiempo de ocio encuentra una oferta creciente para la realización de compras, disfrutar de la gastronomía, cine, parques, vida

nocturna y paseos al aire libre. Desde el municipio de Bahía Blanca se impulsan paseos guiados que permiten conocer la historia de la ciudad y sus lugares más representativos. La presencia de Universidades Nacionales y Provinciales (UNS, UTN y UPSO) y de empresas privadas importantes, propician el desarrollo del turismo de reuniones ya que posee disponibilidad de equipamiento e infraestructura de calidad, y personal altamente capacitado para hacer frente a los requerimientos de un mercado creciente y riguroso. En la actualidad se cuenta con 90 salas para la realización de Congresos y Convenciones, con una capacidad total para 23.538 personas (Gambarota, 2023).

El recurso termal

Bahía Blanca se encuentra emplazada sobre la cuenca homónima o Napa del Norte la cual tiene agua potable surgente, a temperatura media entre los 55 y 60° C. en una extensión aproximada entre los 8000 y 12000 km². y que limita al noroeste con las Sierras de la Ventana que al hundirse ocasiona una dorsal que cierra la cuenca entre el partido de Coronel Dorrego y el mar en la dirección hacia la localidad de Monte Hermoso, hasta el río Sauce Grande. El límite sur es el Río Colorado y el oeste, no se conoce con exactitud (Murradás y Coccia, 1967).

Murradás y Coccia (1967) reconocen las siguientes características del agua: inodoras, incoloras, con presencia de sulfatos, cloruros, calcio, sílice, sodio y flúor que determinan las siguientes propiedades terapéuticas: fortificante, reconstituyente, afecciones reumáticas, articulares y extra-articulares, afecciones respiratorias y dermatológicas, antiestrés, fibralgias, miorelajante, trastornos musculares y mialgias.

En el año 1912 se descubrió el Sistema Hidrotermal Profundo (SHP), gracias a la primera perforación realizada en Argerich a pedido de la Dirección Nacional de Minas y Geología. Tiempo después, se realizaron alrededor de 60 pozos más en Bahía Blanca y en la zona. El SHP está conformado por sedimentos marinos y continentales, encontrándose disponible el recurso termal en toda la ciudad y proximidades. Bonorino, (1988) determina que el tipo de agua que posee la cuenca se corresponde con aguas bicarbonatadas, aguas bicarbonatadas cloruradas, aguas cloruradas bicarbonatadas y aguas cloruradas, cuyas temperaturas dependen de la profundidad de captación de la misma y de la circulación rápida dentro de las capas permeables, generando un calentamiento que se eleva a medida que la velocidad del mismo es mayor, siendo el gradiente térmico normal 1°C cada 33 metros.

Primeramente, la utilización de las aguas subterráneas en la ciudad, estuvo supeditado al consumo humano dado a que su composición es apta, pero a partir de la construcción del Dique Paso de las Piedras, dejó de utilizarse porque la realización de los pozos surgentes requería un costo elevado. Actualmente, tiene usos industriales y medicinales.

Bahía Blanca dispone de pozos surgentes sin uso con posibilidad de acondicionarse para su utilización en un centro termal, por lo que el recurso termal bahiense constituye un recurso que aún no es aprovechado turísticamente ni recreacionalmente, si bien se han realizado propuestas para tal fin (Gambarota, 2012; Gambarota y Leonardi, 2016).

El recurso costero

Bahía Blanca se encuentra sobre el margen del estuario de la Bahía Blanca. Una zona costera dinámica que ha crecido bajo lineamientos de una planificación que permitió que se desarrolle un nodo económico excepcional, con su puerto de aguas profundas y empresas multinacionales. El crecimiento industrial generó beneficios a la población, pero también problemáticas al posicionarse sobre el recurso natural costero. Este ambiente, hoy caracterizado como humedal es vulnerable frente al uso de esta actividad económica. Con anterioridad a ser lo que hoy se conoce como polo industrial, esta línea de costa era aprovechado por los residentes de la ciudad y también por personas que

llegaban a este lugar en busca de sol y playa en un terreno limo-arcilloso. Tal como expresa el diario local, La Nueva (2021), “Bahía Blanca supo tener al menos una docena de sitios de recreación a orillas del mar. Algunos fueron proyectados y desarrollados como el balneario privado Colón (donde la avenida de ese nombre termina en el mar) o el municipal Maldonado, pero también hubo otros improvisados como el balneario La Usina o La Alcantarilla”.

Por la Ley provincial 11.414 que permite la autonomía de los puertos, a partir de 1993 se crea el Consorcio de Gestión del Puerto de Bahía Blanca (CGPBB), un organismo que se volvió independiente a la escala municipal y responde al nivel provincial. A partir de ese momento, los conflictos con diferentes actores de la sociedad se intensifican por el uso y aprovechamiento exclusivo por parte de este organismo. Es así, que comienza un trabajo de protección y conservación del ecosistema estuarial.

De esta manera, para el año 1998 se declara a más de 200 mil has del estuario como Reserva Natural, denominada Bahía Blanca, Bahía Falsa y Bahía Verde (Ley 12.101). Esta área protegida tiene como objetivo la conservación de las especies y comprende las islas (Embudo, Bermejo, Trinidad, Monte, Ariadna y Zuraitas), canales, riachos y planicies de marea del área comprendida. Su categoría de Usos Múltiples permite que se desarrollen diversas actividades, entre ellas la de educación ambiental y turismo.

El estuario cuenta también con otras áreas naturales, tales como la Reserva provincial de la Gaviota Cangrejera (declarada como tal y bajo la categoría de Reserva Natural de Objetivo Definido Mixto Faunístico y Educativo por la Ley 15362/22) y la Reserva Natural Costera Municipal de Objetivo Definido (declarada por el decreto municipal 707/2006). A su vez, el estuario de la Bahía Blanca fue designado en 2016 como “Sitio de Importancia Regional” por la Red Hemisférica de Reservas para Aves Playeras (RHRAP), para conservar aves migratorias que pasan por los humedales para alimentarse. El recurso costero de Bahía Blanca es un gran ecosistema que se encuentra protegido bajo normativas de distintas escalas. Pese a ser áreas protegidas con objetivos de recreación y educación, son territorios de difícil acceso ya que solo es posible vía navegación. Sin embargo, existen sectores donde se pueden desarrollar visitas educativas y recreativas.

ONGs vinculadas a lo ambiental son las encargadas de generar espacios de encuentros con múltiples actividades con el objetivo de visibilizar la importancia del área natural que se encuentra a tan poca distancia de las residencias bahienses. Asimismo, el CGPBB ha desarrollado un paseo portuario que permite que sea un lugar de disfrute y un contacto “próximo” con el estuario.

Reflexiones finales

Gracias al análisis realizado se puede afirmar que tanto el recurso termal como el recurso costero son patrimonio factible de ser incluido en la oferta turística de la ciudad.

Referente al primero, sería de suma importancia que se produzca un proceso de valorización turística a fin de que una mayor cantidad de visitantes y turistas puedan disfrutar del termalismo en la localidad. Se propone que la ciudad pueda ampliar su oferta incorporando un atractivo novedoso y demandado, a partir de la creación de un centro termal, lo cual propiciará el desarrollo turístico local y/o regional con la puesta en marcha de un nuevo producto, resultando beneficiarios los residentes como los actuales y potenciales turistas y visitantes de Bahía Blanca.

Respecto al recurso costero, si bien cuenta con normativas de patrimonialización y una valorización recreativa en principio y potencial turística, es un espacio de difícil accesibilidad. Las actuales navegaciones que se realizan por el estuario comprende un recorrido a bordo, sin contar con la posibilidad de arribar a las islas lo que sería de mayor disfrute y conocimiento por parte de los turistas y excursionistas. Este tipo de actividades

como las desarrolladas en los escasos sectores de costa por parte de ONGs son propicios de seguir manteniendo para que se conozca y reconozca su importancia ambiental. Para que lo mencionado pueda concretarse, resulta necesaria la participación y la acción conjunta de los actores públicos, privados y de la comunidad bahiense, a fin de que el fomento del patrimonio costero, así como la activación y valorización del recurso termal, sean el fruto de un trabajo mancomunado, que contemple la identidad local.

BIBLIOGRAFÍA

- Bellón, E. (eds.). *Desarrollo Territorial y Turismo: una aproximación a partir de la valorización turística*. Colombia: Universidad Externado de Colombia, 427-453.
- Bonorino, A. (1988). Geohidrología del sistema termal profundo de la región de Bahía Blanca. Tesis de Doctorado en Geología. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca.
- Flores Vázquez, I. B. (2021). *Recuperación del turismo comunitario y desarrollo regional ante la crisis por COVID-19: región Chignahuapan, Puebla*. Tesis de Maestría. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México.
- Fraiz Brea, J. A. y Tarrés Falcó, E. (2020). Nuevas oportunidades para el turismo de salud y bienestar. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación. En Rondón García, L. M.; Troitíño Torralba, L. y Mulet Forteza, C. (Coords.), *Turismo post COVID-19: el turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación*, 147-165. Ed. Universidad de Salamanca.
- Gambarota, D., Lorda, M. A. y London, S. (2023). Potencialidad turística de la localidad de B. Bca.: un análisis (Arg.). *ARA: Journal of Tourism Research*. vol. 13, 1: 1-26.
- Gambarota, D. (2020). *Estrategia de Desarrollo Territorial Termal en el Sudoeste Bonaerense*. Tesis de Doctorado en Geografía. B. Bca: Universidad Nacional del Sur.
- Gambarota, D. (2012). Estudio de pre-factibilidad de la implementación de un centro termal en la ciudad de Bahía Blanca, Buenos Aires: Termas de la Bahía. Tesis de grado Lic. en Turismo. Departamento de Geografía y Turismo, UNS. Bahía Blanca.
- Gambarota, D. y Leonardi, V. (2016). Propuesta para transformar un recurso en un atractivo turístico: centro termal Termas de la Bahía. *RIAT*, 12(2):187-203.
- Guerrero, A. y Gallucci, S. (2015). Aporte teórico conceptual al Turismo como disciplina académica a partir de la patrimonialización como proceso de valorización turística de los territorios. *Revista Pasos*. Vol. 13 N° 1: 145-156.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) 2023. *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2022. Resultados provisionales*. https://www.indec.gov.ar/ftp/cuadros/poblacion/cnphv2022_resultados_provisionales.pdf
- Murradás, M. y Coccia, D. (1967). La gran cuenca termal profunda de B. Bca. UNS. Centro de Coordinación de Investigación de Recursos Naturales CECIRNA. III Congreso Nacional del Agua, San Juan. B. Bca., Arg. (No figura editorial).
- Luciani, A. (2021). B. Bca., la ciudad costera que busca resolver su divorcio con el mar. *La Nueva*.
- Prats, Ll. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires, n° 2, 17-35.
- Ramborger, M. A. y Lorda, M. A. (2010). Análisis de las transformaciones antrópicas de la franja costera de la Bahía Blanca a partir de la interpretación de fotografías aéreas. *Revista Universitaria de Geografía*, 19 (1): 49-70.
- Red Hemisférica de Reservas para Aves Playeras (RHRAP) (2016). Resumen de resultados de la reunión-taller para la Evaluación Comprehensiva (SAT) del Estuario de la Bahía Blanca, Sitio RHRAP de Importancia Regional. Bahía Blanca, Argentina.

Verduzco Chávez, B. (2010). La evaluación de intereses sociales en los procesos de valoración turística. ¿Quién tiene que aprender qué? En: De Myttenaere, B. y Roza Bellón, E. (eds.) *Desarrollo territorial y turismo: Una aproximación a partir de la valorización turística*. Universidad de Externado. Bogotá: 02-17.

Normativas:

Decreto municipal 707 (2006). Reserva Natural Costera Municipal

Ley provincial 11.414 (1993). Normas sobre Administración de puertos por entes de derecho público no estatales. Creación del Consorcio de Gestión del Puerto de B. Bca.

Ley 12.101 (1998). Reserva Natural de Usos Múltiples B. Bca., Bahía Falsa, Bahía Verde.

Ley 15362 (2022). Reserva Natural de Objetivo Definido Mixto Faunístico y Educativo "Islote de la Gaviota Cangrejera" o "Islote del Puerto".

Mesa de Trabajo N°1: Valorización turística de espacios naturales y rurales: actores, estrategias y usos

ACTORES Y ROLES EN LA VALORIZACIÓN TURÍSTICA Y AMBIENTAL DEL IBERÁ (PROVINCIA DE CORRIENTES, ARGENTINA)

Mosti Patricia.

Administración de Parques Nacionales.

Troncoso Claudia.

CONICET

INTRODUCCIÓN

El Iberá es considerado el humedal más importante de Argentina. En términos técnicos se trata de un macrosistema funcional compuesto por ambientes terrestres, acuáticos y de interface. Más de la mitad de su superficie está cubierta por lagunas, esteros y bañados y una pequeña porción corresponde a ambientes libres de agua. La gran depresión del Iberá está mayormente contenida en un área protegida en la categoría Parque Provincial. Esta área comprende ambientes lenticos con agua permanente (lagunas, esteros y cañadas) y temporaria (bañados y campos anegables), y ambientes lóticos (afluentes y efluentes, con sus valles de inundación y canales secundarios) (Neiff 1997). Las lomadas y planicies altas, que contienen al sistema hídrico, integran el Parque Nacional Iberá; hasta el momento de su creación, en 2018, estos campos formaban parte de lo que era la Reserva Provincial Iberá.

Si atendemos a los usos que se ha dado a esta zona, hasta mediados del siglo XX el Iberá era considerado un paraje remoto, envuelto en un halo de misterio y habitado por seres míticos de extraña condición, que estaba reservado a unas pocas personas (en especial mariscadores¹⁶ y aventureros). Más recientemente, hace veinte años atrás, para una gran parte de los correntinos, este enorme humedal era una fuente inacabable de agua que permitía sostener la producción de arroz en las tierras altas; o islas inundables de bajo valor inmobiliario que podían ser compradas con los subsidios obtenidos de las forestaciones de pinos exóticos. En definitiva era un lugar poco productivo que podía ser de utilidad para mejorar la producción tradicional, en la medida que sus aguas fueran drenadas mediante canales y terraplenes (Heinonen, en: Jiménez Perez 2018). Hacia el final del siglo, el destino y la valoración de los Esteros del Iberá comienza a cambiar: mientras los recursos de la fauna silvestre parecían agotarse producto de la caza indiscriminada, crecía el interés de la sociedad por la naturaleza y la vida silvestre. En ese devenir, múltiples actores fueron cimentando la idea de un Iberá inmenso, uno de los grandes escenarios naturales de nuestro país destinado a la conservación, pero también al turismo.

¿Qué características ha tenido este proceso que perfila a esta área como objeto de intervenciones y formas de valorización orientadas a la conservación y al turismo? La presente comunicación, que forma parte de una tesis doctoral, tiene por objetivo **dar**

¹⁶Se denomina mariscadores a los recolectores de cueros y plumas que vivían del producto de la cacería en el interior de los esteros, motivados por la fuerte demanda de pieles que requería la industria de la moda europea.

cuenta del proceso por el cual Iberá se transforma en un territorio destinado a la conservación y al turismo, atendiendo especialmente a los actores y sectores -y a sus intereses, acciones y vínculos- que participaron de este proceso de valorización.

MARCO TEÓRICO

Para dar cuenta del objetivo propuesto, este trabajo recurre a un conjunto de desarrollos conceptuales que, de manera articulada, permiten comprender las formas en que ciertos territorios se configuran como áreas de valor patrimonial, en un contexto actual de valorización de la naturaleza y en especial de la naturaleza protegida.

En la actualidad, las áreas protegidas son reconocidas socialmente como áreas dignas de ser conservadas, asociadas a la identidad y herencia compartida (Kuper 2009), un patrimonio o una especie de “capital social” (Overton, 1979). Estos procesos de reconocimiento patrimonial dan cuenta de los intereses de la sociedad en momentos precisos (Prats 1998). En relación con la naturaleza y las áreas naturales, se reconoce que las ideas desplegadas por el Romanticismo contribuyeron a crear un imaginario social (que perdura con ciertos cambios en la actualidad) respecto de cuáles eran los valores naturales deseables y por lo tanto dignos de ser conservados, y de alguna manera justificaron la selección, resguardo y protección de determinadas áreas, devenidas áreas protegidas (Fortunato 2005; Overton, 1979). Los elementos patrimoniales vinculados con la naturaleza también están definidos por un conjunto de selecciones avaladas por determinados criterios con base científica (Prats, 1998). En ese sentido, uno de los criterios que ha prevalecido para justificar la creación de áreas protegidas se asienta en la lógica de las ciencias naturales y las ciencias económicas: así, algunos lugares o elementos que, por sus cualidades intrínsecas, presentan condiciones de excepcionalidad merecen ser conservados como paisajes monumentales, biodiversidad, formaciones geológicas singulares, etc. (Kuper, 2009) que podrán ser aprovechados mediante actividades económicas vinculadas con el turismo.

En el caso específico de la creación de una de las figuras de protección del humedal correntino, el Parque Provincial Iberá (1983), el criterio central para su creación fue la preocupación, de un sector de la sociedad, por el proceso masivo de defaunación que experimentó la provincia de Corrientes durante los últimos dos siglos y que resultó en la extinción de numerosas especies (Di Blanco 2015). Por su parte, el proceso de creación del Parque Nacional Iberá, unas décadas más tarde, a partir de la donación de tierras realizada por una organización privada, instituye un nuevo argumento poco explorado: la restauración del ambiente mediante la implementación de proyectos de reintroducción de algunas especies de fauna extinguidas localmente.

En términos turísticos, la literatura especializada propone abordar a los atractivos turísticos como resultado de procesos que, de acuerdo con intereses y demandas específicas, lleva a que ciertos rasgos o atributos de los lugares se posicionen como elementos dignos de ser visitados turísticamente (Bertoncello, 2008). De manera complementaria, la definición de los atractivos y destinos implica la participación de diferentes sectores y actores: la sociedad receptora, el sector privado, las administraciones públicas, los organismos no gubernamentales y los turistas. Sí la “mirada turística” adquiere un lugar preponderante, en tanto contribuye a instaurar qué ambientes son dignos de ser conservados y cuáles no (Urry, 2004), la capacidad de intervención (política, económica y social) de los actores locales también tiene un rol central. En el caso de Iberá, en las últimas décadas el área protegida y ciertas especies de fauna (independientemente de su estatus de conservación) se han definido como atractivos turísticos centrales.

Estas ideas permiten pensar el Iberá como un territorio objeto de múltiples propósitos y proyectos concebidos y llevados adelante por una trama de actores definida, entre otras cosas, por relaciones de poder (Raffestin, 1980). Desde esta perspectiva, el Iberá refleja tantas imágenes territoriales como proyectos: el Iberá productivo, el Iberá natural, el Iberá turístico, el Iberá que es Patrimonio exclusivo de los Correntinos o el de todos los habitantes de la Nación Argentina. Las diferencias entre esas imágenes dan cuenta de la complejidad inherente a un territorio que es afectado por múltiples proyectos. Sin embargo, no todos los actores participan de la misma manera en estos procesos: dependiendo de su posición en estas tramas algunos se definen como actores centrales, orientando y ordenando las acciones (da Cruz y otros, 2007).

METODOLOGÍA

El trabajo está guiado por un diseño teórico-metodológico que presenta una combinación de estrategias cualitativas de generación de información empírica (fundamentalmente la realización de entrevistas personales) que a su vez se complementan con el análisis de información de tipo secundaria (documentos institucionales variados; legislación generada a nivel provincial; noticias periodísticas, etc.). La sistematización y el análisis de esta información permitió elaborar un mapa de actores orientado a reconocer las diferentes miradas que se despliegan sobre el territorio e identificar los roles y relaciones que se imponen en ese devenir. Precisamente este mapa de actores es lo que se busca desarrollar en esta ponencia.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En sólo sesenta años los Esteros del Iberá pasaron de ser valorizados como un desierto, un espacio hostil que no permitía la vida, al que únicamente algunos valientes se animaban a entrar para sacarle sus magras riquezas (principalmente cueros y plumas), a constituir un destino turístico de naturaleza en el cual se destaca biodiversidad como su principal atractivo. La sistematización de la información recopilada y generada como parte de la investigación, su análisis e interpretación permitió dar cuenta de este proceso de valorización territorial para la conservación y el turismo y en especial trazar la trama de actores que participaron del mismo.

Así, los resultados de la investigación ofrecen elementos para destacar el rol de la academia en la valorización de este enorme humedal que constituía un espacio de vacancia en casi todas las áreas de conocimiento. Desde fines de la década de 1990 diferentes grupos de investigación de universidades nacionales e internacionales y de organismos públicos dedicados a la investigación identificaron singularidades y amenazas de este humedal que fundamentaron la urgencia de su conservación.

Además de la academia, la experiencia de gestión implementada por la provincia de Corrientes, incluyendo a los mariscadores como agentes de conservación (en tanto devinieron guardafaunas cuando se crea el Parque Provincial), fue decisiva para transformar al Iberá en uno de los grandes escenarios naturales de la Argentina y esto operó como un imán que atrajo a diversas organizaciones nacionales e internacionales.

El interés por la conservación de la naturaleza, pero también la posibilidad de financiamiento convocó a diferentes organizaciones no gubernamentales, que contribuyeron a esa valorización y su institucionalización como área protegida. Aquí entra en escena uno de los actores clave del proceso: *Conservation Land Trust* (CLT;

actualmente Fundación *Rewilding*) que sin lugar a dudas, es uno de los actores más importantes, sino el más, tanto por su capacidad para incidir en la opinión pública y en la política regional y nacional, como por la envergadura de sus acciones y el impacto territorial de las mismas.

En este devenir, una parte de la sociedad correntina no se mantuvo neutral, por el contrario, movilizados por diferentes convicciones y/o intereses hicieron oír su voz e influyeron en el proceso que se estaba desarrollando.

La creación del Parque Provincial primero y del Parque Nacional revelan que se mantienen los criterios que justifican la creación de esos espacios, basados en la lógica de las ciencias naturales y la economía. Desde esta perspectiva, el turismo aparece como un factor central, una actividad con beneficios asociados capaz de generar ingresos para la economía local y provincial, que es estimulado desde la esfera privada (tanto por organizaciones vinculadas a la conservación, como al turismo) y más tarde por el sector público (nacional y provincial). La naturaleza protegida con status patrimonial junto con ciertas especies de fauna silvestre se configuran como los atractivos principales, que comienzan a ser comercializados por los emprendimientos turísticos instalados en el lugar desde fines de la década de 1990.

La investigación permitió interpretar que en el caso de Iberá, se reconoce que esa valorización es un proceso intencional, en el cual se imbrican intereses e intencionalidades de actores que pertenecen a diferentes sectores (academia, organizaciones ambientalistas, prestadores turísticos) y tienen distinta capacidad para incidir en la realidad; ellos lograron movilizar y marcar la agenda de los tres niveles del Estado para cumplir sus objetivos. Asimismo, se observa que conservación y turismo se posicionan como un maridaje perfecto, que discursivamente es funcional a todos los sectores. El turismo de naturaleza es un aliado para cumplir los objetivos de las organizaciones dedicadas a la conservación, que sirve para justificar la necesidad de seguir implementando proyectos de conservación (especialmente de reintroducción de especies de fauna carismática, que amplíen las posibilidades del avistaje). Para cerrar, el trabajo propone que este proceso de valorización del territorio desde sus inicios ha sido condicionado por la mirada exógena. Tanto las organizaciones no gubernamentales, como las académicas, los actores turísticos y el estado a nivel nacional, todos ellos constituyen una trama de actores con fuerte incidencia en las transformaciones territoriales de este lugar pero a la vez marcada por la ausencia de actores de la sociedad local.

BIBLIOGRAFIA

BERTONCELLO, R. (2008). *Turismo y geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Ciccus.

DA CRUZ, R. D. C. A., SABINO, A. L., MOLINA, F. S., & DAS CHAGAS, R. P. (2007). *Geografias do turismo: de lugares a pseudo-lugares*. São Paulo, Brasil: Editora Roca.

DI BLANCO, Y. E. (2015). *Patrones de actividad y de uso de hábitat de osos hormigueros (Myrmecophaga tridactyla) reintroducidos en Iberá, Corrientes, Argentina*. Tesis doctoral. IBS UNAM. 2015.

FORTUNATO, N. (2005). *El territorio y sus representaciones como recurso turístico: Valores fundacionales del concepto de "parque nacional"*. *Estudios y perspectivas en turismo*, 14(4), pp.314-348.

- JIMÉNEZ PÉREZ, I. (2018). Producción de Naturaleza: Parques, Rewilding y Desarrollo Local. The Conservation Land Trust. Argentina. Buenos Aires.
- KUPER, D. (2009). Turismo y preservación ambiental. El desarrollo turístico de Península Valdés, provincia del Chubut. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 7(1): 85-97. Tenerife: UNdLL.
- NEIFF, J.J. (1997). Ecología Evolutiva del Macrosistema Iberá. Tesis de Maestría en Ecología Acuática Continental. Universidad Nacional del Litoral, Facultad de Formación Docente en Ciencias.
- OVERTON, J. (1979). Critical examination of the establishment of National Parks and tourism in underdeveloped areas: Gros Morne National Park in Newfoundland. Antipode, 11 (2), 34-47.
- PRATS, LL. (1998). El concepto de patrimonio cultural. Política y sociedad, 1998, 27 (1), pp. 63-76.
- RAFFESTIN, C. (1980). Por uma Geografia do poder. Traducción y notas de Yanga Villagómez Velázquez. El Colegio de Michoacán (noviembre 2011) Recuperado de http://elitesydesarrollorural.pieb.org/files/b02_claude_raffestin.pdf
- URRY, J. (2004) La mirada del turista, Lima, Universidad de San Martín de Porres.

Mesa de Trabajo N°1: Valorización turística de espacios naturales y rurales: actores, estrategias y usos

EL TURISMO COMUNITARIO INDÍGENA EN EL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA. EL CASO DE SEIS INICIATIVAS LOCALIZADAS EN ÁREAS PROTEGIDAS

Machaca Cabrera Natalia.

Cátedra en Turismo Rural, Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires

INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene información básica y parcial de mi tesis de maestría¹⁷, titulada: “La gestión del turismo comunitario campesino e indígena: prácticas y políticas públicas en el Estado Plurinacional de Bolivia”. Esta tesis se constituye en antecedente para el estudio, en profundidad, de la comunidad indígena San José de Uchupiamonas, localizada en la Amazonía boliviana, con su emprendimiento turístico “Chalalán Albergue Ecológico”; ya que es uno de los casos abordados en la investigación doctoral¹⁸ del Doctorado en Ciencias Sociales de FLACSO, Argentina.

En Bolivia, en la década de los años 90, emergen las primeras iniciativas de turismo comunitario indígena, época que coincide con la creación de las primeras Áreas Protegidas (AP's). En algunos casos, comunidades indígenas quedaron dentro los límites de estas áreas, este fue uno de los factores que viabilizó el ingreso de organismos internacionales mediante proyectos de apoyo técnico y económico para conservación de la biodiversidad y, posteriormente, el apoyo a proyectos socio productivos que sean de beneficio para los pueblos indígenas pero estén alineados con los objetivos y normativas de las AP's.

En el proceso de implementación de las AP's, de este modo, surgieron varias iniciativas de turismo comunitario indígena; orientados, por cuatro factores principales, algunos de ellos vinculados a la gestión de las AP's: generar mayores ingresos económicos, contribuir a una mejor calidad de vida, reivindicación frente a la hegemonía y el avasallamiento de la empresa turística privada y revitalización y protección del territorio y la cultura indígena (Machaca, 2021).

Por otro lado, la lucha reivindicatoria de los movimientos indígenas y campesinos por el derecho a la pertenencia territorial, con carácter autónomo y de autogobierno, inicia desde la Revolución del 52 y se consagra, principalmente, en la Constitución del 2009, bajo la propuesta genérica de la plurinacionalidad y la interculturalidad. Estos procesos políticos lograron el reconocimiento constitucional de los Territorios Indígenas Originario Campesinos (TIOC's). Así, aquellos TIOC's que quedaron dentro las AP's, pasaron a tener una doble categoría de denominación y gestión territorial. En tanto el turismo comunitario indígena y la posterior y creciente emergencia del turismo de base

¹⁷ Tesis de Maestría en Desarrollo Turístico Sustentable, de la Universidad Nacional de Mar del Plata-Argentina, que fue sustentada en el 2021.

¹⁸ La investigación doctoral se encuentra en una etapa inicial con un primer trabajo de campo exploratorio de los casos seleccionados.

comunitaria se constituyen, desde la perspectiva indígena, en estrategias de defensa y recuperación del territorio indígena.

A la par de estos procesos, en Bolivia surgieron “políticas turísticas indigenistas” (Lacko, 2019), como la Ley general de Turismo N°292 y el Plan Nacional de Turismo 2015-2020, que posicionaron a la naturaleza y etnicidad indígena como recursos fundamentales de las iniciativas de este tipo. Sin embargo, mientras el análisis de las iniciativas abordadas concluye que existe un avance evidente a nivel jurídico normativo que protege a los pueblos indígenas e incentiva el turismo comunitario, también se identifican contradicciones y tensiones en su diseño y, principalmente, proceso de implementación.

En este contexto, se visibilizan dos cuestionamientos principales que refieren a: ¿cómo y cuáles son los procesos de emergencia de estas iniciativas de turismo comunitario indígena? y ¿qué incidencia tiene la gestión de las políticas públicas en su proceso de configuración? De este modo, el objetivo de esta investigación buscó aportar resultados iniciales para comprender la emergencia y los procesos de configuración de seis iniciativas de turismo comunitario indígena localizadas en áreas protegidas y, de este modo, contrastar sus prácticas con el surgimiento de políticas públicas que incentivan este tipo de experiencias en Bolivia.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El principal marco teórico que sustentó la investigación de la tesis de maestría, parcialmente considerado para el presente artículo, gira en torno al abordaje del turismo comunitario indígena como una modalidad turística que se impone con fuerza en el contexto boliviano desde la década del 90. Esta modalidad se define como un tipo de turismo alternativo en Bolivia y en la región (Pereiro, 2012-2013).

La gestión comunitaria y/o colectiva del turismo, con la participación de todos o el mayor porcentaje de las familias de una comunidad, es un elemento que se destaca en la mayoría de las experiencias de este tipo de iniciativas (Cabanilla, Ercolani y Segui, 2014; Cox, 2009; Jurado, Domingo y Pastor, 2012; Cabanilla, 2018). Por otro lado, la valorización de elementos específicos de la etnicidad y la naturaleza de los pueblos indígenas se posiciona como un elemento fundamental en la configuración y promoción de productos y/o servicios en esta modalidad turística (Barretto, 2005; Pereiro, 2013; Bertoncetto, 2000-2006; Urry, 2004; Reyes, Manjarrez y Ortega, 2014); dualidad que, además, el Estado boliviano promueve en las políticas públicas desde el año 2012 (Ley General del Turismo N° 292 y Plan Nacional de Turismo 2015-2020).

Estos desarrollos conceptuales se articulan con las discusiones acerca del tránsito del Estado Republicano al Estado Plurinacional (López, 2018; CIPCA, 1991) y, con ello, aquellas discusiones que abordan la identidad indígena y el territorio indígena (por ejemplo, Albó, 2005; Iturralde, 2005), demandas de los movimientos indígenas y campesinos que, en algunos casos, son consideradas por las experiencias de turismo comunitario indígena.

METODOLOGÍA

Se recurrió a una investigación de tipo mixta; es decir, cuantitativa y cualitativa. Desde este enfoque, según las características y nivel de profundidad, se adoptaron de manera complementaria los métodos de estudio de casos. Las técnicas utilizadas fueron la

revisión documental, observación participante y entrevistas realizadas a actores involucrados en dichas iniciativas.

Las seis iniciativas de turismo comunitario indígena fueron seleccionadas en base a los siguientes criterios: a) ubicación en tres pisos ecológicos: altiplano, valle y amazonia; b) diversos grados de avance: incipientes y consolidados; c) diferentes niveles de autonomía: auto y cogestionados; y d) regular flujo de turistas. En el siguiente cuadro se detalla la ubicación, el nombre de la comunidad, el nombre de la iniciativa de turismo y la pertenencia a un área protegida.

Depto.	Comunidad	Nombre de la iniciativa	Pertenencia a un área protegida
Potosí	Comunidad de Torotoro	Asociación de Guías de Ecoturismo Comunitario del Municipio y Parque Nacional Torotoro	Parque Nacional Torotoro
Oruro	Comunidad de Sajama	Centro de Interpretación Geológica de Alta Montaña	Parque Nacional Sajama
Oruro	Comunidad Caripe	Sociedad de Turismo Comunitario Suni Uta Choquemarka	
La Paz	Comunidad de San José de Uchupiamonas	Chalalán Albergue Ecológico	Parque Nacional Madidi
La Paz	Comunidad de San Miguel del Bala	San Miguel del Bala, Ecoturismo Comunitario	
La Paz	Comunidad Villa Alcira	Canopy Villa Alcira	

Fuente: Machaca, 2021.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Entre los resultados de la investigación, se destaca que en Bolivia las primeras experiencias de turismo comunitario indígena surgen en la década del 90, algunas de ellas de manera paralela a la creación de las áreas protegidas. Las experiencias que surgieron en este marco, se constituyeron en una alternativa que responda a las limitaciones y prohibiciones reglamentadas en estas nuevas zonas de áreas protegidas. Factores como mayores ingresos económicos, acceso a una mejor calidad de vida, mitigación de jóvenes a los centros urbanos, entre otros, fueron algunas de las motivaciones para la emergencia de este tipo de iniciativas.

Paralelamente, el tránsito de Bolivia del Estado Republicano a Estado Plurinacional, entre varios factores, viabilizó el reconocimiento constitucional del derecho identitario y del

territorio con autonomía y autogobierno, demanda fundacional de los movimientos indígenas y campesinos en el país. La superposición de los territorios indígenas con las áreas protegidas implicó dos problemáticas, la limitación del derecho de autonomía y autogobierno; por ende, de manejo también autónomo de las experiencias de turismo. Los intentos e ingreso real de las industrias de minería, de electricidad, de hotelería, entre otros, a los territorios indígenas que, además, se declararon como áreas de conservación, empoderó a las iniciativas turismo comunitario indígena y el posterior surgimiento de experiencias de base comunitaria, como alternativas viables para la defensa del territorio y, de este modo, para la protección y revitalización de la identidad y la cultura indígenas.

La valoración de la naturaleza y la etnicidad de las comunidades indígenas se constituye como recurso turístico imprescindible para la emergencia de estas experiencias, tanto en las políticas públicas como en la práctica de las iniciativas estudiadas.

En este marco, desde el año 2012, las políticas públicas ponen en su agenda el turismo comunitario indígena y el turismo de base comunitaria en respuesta a la transformación socio política de Bolivia y la promulgación de la nueva Constitución Política, promulgada el 2009. El análisis de las iniciativas abordadas concluye que existe un avance evidente a nivel jurídico normativo que protege a los pueblos e incentiva el turismo comunitario, también señala que estas medidas no han tenido incidencia en la forma en que se organizan dichas iniciativas, desencadenando procesos, muchas veces, conflictivos y contradictorios.

De este modo, se hace imprescindible investigar, en profundidad, cómo y en qué contexto surgen las experiencias de turismo comunitario indígena y, sobre esta base, abordar las trayectorias actuales y los desafíos para las prácticas y las políticas públicas de cara a una creciente emergencia de iniciativas nuevas y una demanda interesada en el consumo de este tipo de experiencias turísticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barretto, M. (2005). Turismo étnico y tradiciones inventadas. En Encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación. Sevilla, Fundación el Monte/Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español/Asociación Andaluza de Antropología.
- Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El mapa turístico de la Argentina. CLACSO.
- Bertoncello, R. (2000). Turismo en los Andes Patagónicos: Valorización turística de áreas de preservación ambiental. *Actas latinoamericanas de Varsovia*, (23), 43-58.
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Revista Siembra*, 5 (1), 121-131.
- Cabanilla, E., Ercolani, P. y Segui, M. (2014). Ensayo sobre el concepto del turismo comunitario desde la complejidad y su aplicación a la realidad ecuatoriana [Resumen de presentación del congreso]. IX Congreso Internacional sobre Turismo Rural e Desarrollo Sustentable, Quito, Ecuador.
- CIPCA. (s.f). Historia oral de Totoro desde la perspectiva de su gente: Primer acercamiento. http://elitesydesarrollorural.pieb.org/files/historia_orales.pdf.
- Cox, R. (2009). Turismo indígena y comunitario en Bolivia: Un instrumento para el desarrollo socio económico e intercultural. La Paz, Bolivia: Plural Editores.

- Estado Plurinacional de Bolivia. (2012). *Ley General de Turismo "Bolivia te Espera"*. La Paz: Viceministerio de Turismo.
- Iturrealde, D., & Diego, A. (2005). Reclamo y reconocimiento del derecho indígena en América Latina: logros, límites y perspectivas. *Revista IIDH*, 41, 17-47.
- Jurado, A., Domingo, A., & Pastor, V. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). *Cuadernos de turismo*, (30), 91-108.
- Lacko, E. (2019). Reflexión acerca del contexto de surgimiento de políticas turísticas ¿indigenistas? El Proyecto Red Argentina de Turismo Rural Comunitario (RATURC) del Ministerio de Turismo de la Nación (Argentina, 2018-2019). *Revista Antropológica del Sur*, 6 (12), 197223.
- López, L. E. (2018). Interculturalidad y políticas públicas en América Latina. *En Conferencia realizada en el marco del Coloquio de las Américas*, Universidad Nacional De Colombia, Bogotá, Colombia
- Machaca, N. (2021). *La gestión del turismo comunitario campesino e indígena. Prácticas y políticas públicas en el Estado Plurinacional de Bolivia* (Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Mar del Plata).
- Ministerio de Cultura y Turismo. (2015). *Plan Nacional de Turismo 2015-2020*. La Paz: Ministerio de Cultura y Turismo.
- Pereiro, X. (2015). Reflexión antropológica sobre el turismo indígena. *Desacatos*, (47), 18-35.
- Pereiro, X. (2013). Los efectos del turismo en las culturas indígenas de América Latina. *CETRAD Centro de Estudios Transdisciplinarios para o Desenvolvimento*.
- República de Bolivia. (2009). *Constitución Política del Estado*. La Paz, Bolivia: CIPCA Y Conferencia Episcopal Italiana.
- Reyes, M., Manjarrez, N., & Ortega, Á. (2014). La gestión del turismo comunitario en el marco de la economía popular y solidaria en Ecuador. *Revista TuryDes: Turismo y Desarrollo*, 7(17).
- Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Lima, Perú: Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, Universidad de San Martín de Porres.

Mesa de Trabajo N°1: Valorización turística de espacios naturales y rurales: actores, estrategias y usos

VALORACIÓN TURÍSTICA DE ESPACIOS RURALES EN LA QUEBRADA DE HUMAHUACA: EL PATRIMONIO GASTRONÓMICO COMO ESTRATEGIA

Mendez Fabio, Montenegro Monica, Beramendi Fernanda.

Universidad Nacional de Jujuy

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo compartimos resultados preliminares de investigaciones¹⁹ sobre patrimonio, turismo y gastronomía que hemos venido desarrollando en una región geográfica de la provincia de Jujuy: la Quebrada de Humahuaca, reconocida por UNESCO como sitio de patrimonio mundial, donde nos interesa analizar estrategias de valorización turística del patrimonio en espacios rurales.

Como hemos señalado en publicaciones anteriores, cuando recorremos la provincia de Jujuy, podemos reconocer una multiplicidad de representaciones, discursos y prácticas en torno a la alimentación en el devenir cotidiano de las comunidades, relacionadas con valoraciones y significados que adquieren las diferentes acciones vinculadas con la ingesta de alimentos y su reconocimiento como patrimonio (Montenegro y Aparicio 2018). En este devenir se desarrollan nuevas estrategias que incluyen la valoración turística de las prácticas gastronómicas y de las actividades relacionadas con la producción alimentaria regional.

Partimos considerando los nuevos escenarios turísticos que emergen a consecuencia de la pandemia del COVID-19, donde los viajeros responden a diversos intereses relacionados con el patrimonio natural y cultural, desde el momento en que las ciudades y el modo de vida urbano develan externalidades negativas. En ese contexto es posible advertir, por una parte, que las comunidades anfitrionas exhiben un cambio de mirada hacia sus propios entornos rurales-naturales reapropiándose de sus cualidades y revalorizándolas, y por otra, que los turistas han desarrollado un interés especial por lugares prístinos que les permitan contactarse con la naturaleza, vivenciar nuevas experiencias en entornos rurales y conocer las manifestaciones de las culturas rurales.

MARCO TEÓRICO

En la actualidad uno de los procesos contemporáneos que ha emergido en las sociedades occidentales ha sido la re-valorización de los espacios naturales y rurales. Durante las últimas décadas, el espacio rural ha adquirido nuevos significados producto de factores diferenciadores como localización, composición socio-económica, políticas locales, entre

¹⁹ Proyecto de Investigación y Desarrollo tecnológico: “*Gestión integral del patrimonio y turistificación en sitios de patrimonio mundial de la provincia de Jujuy. Aportes para evaluación de impacto patrimonial*” - SECTER UNJU, y Proyecto de Investigación, Desarrollo e Innovación: “*Patrimonio, conocimientos ancestrales y turismo sostenible: aproximación interdisciplinaria a las dinámicas de producción y consumo de alimentos en Sitios de Patrimonio Mundial de Jujuy*”, SECyT UCSE.

otros (Nates Cruz y Raymond, 2007), en consecuencia, se reflejan actividades, funciones, formas de vida y territorios diferentes a lo tradicional.

Para Hiernaux-Nicolas (2000) la re-valorización del espacio rural se enmarca en un proceso de inversión de lo urbano y rural “lo urbano adquiere características de unicidad en la sucesión de imágenes a través del mundo, mientras que el espacio rural admite continuidad y permanencia de imágenes provenientes de la historia de los pueblos”. El espacio rural actual no puede quedar ajeno al espacio turístico, entendiendo al mismo como una imagen que recrean los turistas y que perciben con inquietud las poblaciones locales (Miossec, 1976 en Ivars Baidal, 2000). Se origina a partir del interés de los viajeros por conocer la cultura local; los paisajes y el patrimonio, mientras que para los destinos receptores genera una diversificación de la oferta.

En este sentido, comprendemos al patrimonio como construcción social, es decir un artificio ideado por alguien, en algún lugar y momento, para determinados fines; esto implica que puede ser históricamente cambiante, de acuerdo con nuevos criterios o intereses que determinan nuevos fines en nuevas circunstancias (Prats 2005, 1994). Desde este enfoque consideramos al patrimonio como un elemento central para el desarrollo turístico con potencialidad para provocar flujos de visitantes, sin perder su autenticidad.

La relación cada vez más estrecha entre patrimonio y turismo ha cobrado relevancia en la construcción del pensamiento económico que asocia el desarrollo con el turismo; las manifestaciones simbólicas y materiales de las culturas han ido revalorizándose socialmente, ocupando un lugar importante hasta convertirse en atractivo turístico. (Montenegro y Aparicio 2017). La valoración del patrimonio se convierte en motor para iniciativas locales que recuperan los recursos naturales, culturales e históricos considerándolos activos para el desarrollo de productos locales (Vereda, et al 2002; Albuquerque 2007).

Así los espacios rurales, concebidos como lugares de vida y de producción, se visibilizan como un mundo por descubrir a través de su cultura, tradiciones, patrimonio, de las actividades productivas agrarias, y por lo tanto de la interacción de la identidad local y la sociedad de occidente, que viaja desde otros territorios (Fonte, 2009), nace la posibilidad de valorarlos turísticamente. Desde esta óptica la práctica turística-recreativa es contemplada como alternativa de desarrollo, a los fines de poner en valor componentes naturales e históricos que las comunidades locales otorgan valor (Pinassi, 2023).

En el caso particular del patrimonio gastronómico, podemos destacar que tanto la producción de alimentos como la elaboración de comidas pueden re-conocerse como elementos culturales centrales en las prácticas cotidianas y también en las celebraciones y fiestas de las comunidades; por ello, las prácticas de producción, preparación, cocción y presentación de alimentos entraña significaciones profundas que son parte de la cultura, la memoria, la tradición y la identidad de los pueblos (Montenegro y Aparicio 2018; Montenegro 2019) y esto puede resultar un activo destacado en los procesos de activación patrimonial asociados al desarrollo turístico rural.

En el caso de Jujuy, podemos sostener que se trata de un territorio diverso con diferentes manifestaciones culturales muchas de las cuales se relacionan con prácticas alimentarias. La producción de alimentos, la elaboración de platos y los modos rituales de compartirlos han llegado hasta nosotros, a través de ceremonias (Pachamama, Día de los difuntos) y festividades (carnaval), que siguen operando como mecanismos de reforzamiento de identidad y actualización de la memoria social en este sector de los Andes Centro Sur (Montenegro y Aparicio 2018), siendo su valoración una potencial estrategia para el

desarrollo de productos turísticos en el marco de nuevas tendencias del turismo mundial, donde gastronomía y comensalismo se reconocen como excelentes facilitadores de la experiencia turística que brindan nuevas oportunidades para ampliar la oferta del destino (Montenegro 2019).

METODOLOGÍA

El propósito de esta ponencia es visibilizar procesos de valorización turística de espacios rurales ligados a prácticas agroecológicas de cultivo familiar y gastronómicas, analizando el rol del patrimonio como estrategia de actualización de memorias ancestrales y elemento dinamizador de nuevas propuestas turísticas.

Se trata de investigaciones en curso desarrolladas desde un paradigma interpretativo, con enfoque cualitativo cuyo campo se constituye - para este trabajo- en torno a dos parajes: Patacal (Purmamarca) y Chicapa (Tilcara), ubicados en el sector central de la Quebrada de Humahuaca, que a su vez constituye un sitio de Patrimonio Mundial, por lo cual se ha visto sometido durante el curso de las últimas dos décadas a procesos de activación patrimonial relacionadas con el desarrollo del turismo.

Esta situación nos ha llevado a indagar acerca de los procesos de valorización turística que se observan en espacios rurales de la Quebrada de Humahuaca, observando dinámicas de construcción de patrimonio entre comunidades locales y las estrategias que definen en su relación con el turismo; nos planteamos como objetivos, conocer los procesos de valorización turística de los espacios rurales en entornos turísticos en función de la construcción de patrimonio, identificar los factores que intervienen en el mismo y analizar las políticas públicas implementadas por el gobierno provincial para el desarrollo del turismo rural.

A través de observaciones y entrevistas semi-estructuradas a integrantes de comunidades locales fuimos accediendo a información referida a formas de producción de alimentos, estrategias agroecológicas relacionadas con conocimientos ancestrales, prácticas de consumo y preparación de productos alimenticios, circuitos de comercialización y sus representaciones en torno a la valoración del patrimonio y el desarrollo del turismo.

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y PALABRAS DE CIERRE

Los resultados preliminares que estamos alcanzando nos permiten sostener que algunas comunidades rurales están interesadas por el desarrollo del turismo, al que consideran un potencial motor de desarrollo económico local.

En relación a la valoración turística del patrimonio alimentario, los discursos evidencian un interés por el desarrollo de diferentes productos que puedan ofrecer al turista acercarse a los espacios rurales para vivir una experiencia que incluye visita a espacios agrícolas para conocer las prácticas de producción alimentaria, gozar de los servicios gastronómicos y adquirir productos alimenticios elaborados en el lugar.

Lo remarcable en los dos casos de estudio refieren a producción en pequeña escala por parte de productores locales que aplican conocimientos ancestrales mixturados con técnicas agronómicas adquiridas durante procesos de capacitación que brindan instituciones estatales como el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria – INTA, que suelen ser valoradas positivamente por parte de los actores locales.

Por otra parte, la valoración del turismo es vista como eje discursivo de las activaciones patrimoniales que se han venido desarrollando en el curso de las últimas dos décadas, aunque las políticas públicas referidas al desarrollo del turismo en sitios de patrimonio mundial de la provincia de Jujuy son débiles e incipientes.

Otro de los ejes que nos interesaba observar ha sido la presencia de buenas prácticas en relación con la producción sostenible y sustentable de alimentos en contextos de cambio climático. Hasta lo que hemos podido analizar, podemos referir la existencia de un caso de producción agroecológica donde se integran en un círculo virtuoso la producción vegetal (hortícola y de árboles frutales) con la cría de gallinas, y el empleo de técnicas naturales para el manejo del suelo, el control biológico de plagas y tareas de compostaje que involucran a la lombricultura. En el otro caso, se emplean técnicas agrícolas tradicionales con el uso de agroquímicos, pero existe un interés manifiesto en lograr una transición hacia la producción orgánica de alimentos.

Seguimos avanzando en el desarrollo de nuestras investigaciones, considerando que, la valoración turística de las prácticas de producción y consumo de alimentos en la Quebrada de Humahuaca puede considerarse una estrategia válida para el desarrollo sustentable y sostenible de las comunidades.

BIBLIOGRAFÍA

Albuquerque, F. (2007). Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local, en *Revista OIDLES - Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social*, vol 1, n° 0.

Fonte, M. (2009) Hacia un sesgo rural en el desarrollo económico: la valorización de la riqueza cultural de América Latina, en Ranaboldo, C. y A. Schejtman (Eds.). *El valor del patrimonio cultural. Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas*, Instituto de Estudios Peruanos-IEP/Rimisp -Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, Lima

Hiernaux-Nicolás, D. (2000) Las nuevas formas metropolitanas y su relación con el mundo rural. En: Torres Lima (comp). *Procesos metropolitanos y agricultura urbana*. México UAM-FAO. pp 34-41.

Ivars Baidal, J. A (2000) Turismo y Espacios Rurales: Conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones Geográficas (23)*, 59-88 <https://doi.org/10.14198/INGEO2000.23.03>

Montenegro, M. (2019). Patrimonio y Alimentación: miradas “otras”. *Revista Difusiones*, ISSN 2314-1662, Num. 17, diciembre 2019, p51-60.

Montenegro, M. y Aparicio, M.E. (2018). ¿Comidas para los muertos o para los vivos? Miradas sobre el Día de las Almas en los Valles de Jujuy, Argentina. *Revista Difusiones*, ISSN 2314-1662, Num. 15, Diciembre 2018, p51-62.

- (2017). Patrimonio cultural, memoria social y turismo en Humahuaca, Jujuy, Argentina. Celebraciones en el Regimiento Carnavaleño n°44: “Pancho Villa”. *Difusiones*, 13(13), 21–34. Recuperado a partir de <http://ediciones.ucse.edu.ar/ojsucse/index.php/difusiones/article/view/140>

Nates Cruz, B. y Raymond, S. (2007). *Buscando la naturaleza. Migración y dinámicas rurales contemporáneas*. México: Antrhopos

Pinassi, A. (2023) Patrimonio y Turismo. Conceptos, procesos y experiencias comunitarias actuales en el espacio rural argentino. *Revista del Centro de Estudios en Turismo, Recreación e Interpretación del Patrimonio*. CETRIP.

Prats, L. (2005) Concepto y Gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social* vol.21:17-35, FFyL, Universidad de Buenos Aires.

- (1994). *Antropología y Patrimonio*. Ariel Antropología, Barcelona.

Vereda, M.; Salemme, M.; Daverio, M. E. y Alazard, S. (2002). Recursos culturales y paisajes naturales. Una aproximación turística para la revalorización del patrimonio, en Schlüter. R. y Norrild, J. (Coord.) *Turismo y Patrimonio en el Siglo XXI*, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET), Buenos Aires.

Mesa de Trabajo N°1: Valorización turística de espacios naturales y rurales: actores, estrategias y usos

MULTIFUNCIONALIDAD, PLURIACTIVIDAD Y NEORRURALIDAD EN ESPACIOS RURALES Y RURURBANOS DEL PARTIDO DE CORONEL ROSALES. INICIATIVAS DE TURISMO Y RECREACIÓN

Ferro Jana, Haag María Isabel.

Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur

INTRODUCCIÓN

En Argentina, en la década del 80, los pequeños y medianos productores agropecuarios se vieron perjudicados por las políticas implementadas y por la ausencia de recursos provistos por el Estado, por lo tanto, han sido ellos los que comenzaron a ejecutar estrategias adaptativas frente a la crisis económica del campo. En este contexto, ciertos productores rurales reconocieron al turismo rural como una alternativa para generar una fuente de ingresos complementaria a partir de la incorporación de nuevas actividades.

El desarrollo y crecimiento del turismo y la recreación en el entorno rural no sólo surge como respuesta a la situación del sector agropecuario, sino también por la aparición de una demanda más activa e interesada en practicar una modalidad que le permita reconectar con la naturaleza, alejarse del tiempo y el espacio urbano, en destinos cuyo desarrollo turístico sea responsable ambientalmente y respetuoso de los recursos.

Hasta entonces, los espacios rurales habían sido estudiados a partir de una perspectiva productivista y sectorial, por lo tanto, fue necesario el cambio de mirada para abordar los espacios sistémicamente, desde la nueva ruralidad, donde los conceptos multifuncionalidad, neorruralidad, pluriactividad y rururbanización cobran importancia al momento de caracterizar la dinámica de estos territorios.

La presente investigación se centra en el análisis de dichos conceptos, aplicados a la situación actual de las localidades de Villa General Arias y Pehuen Co, del partido de Coronel de Marina Leonardo Rosales, uno de los distritos del sudoeste de la provincia de Buenos Aires. Los proyectos de extensión *Valorización de la ruralidad como estrategia de diversificación de la oferta turística en la localidad de Pehuen Co. Integración turismo sol y playa y turismo rural y Construcción de sociabilidad en el medio rural. Fiesta y ferias gastronómicas productivas como animación y rescate patrimonial identitario en situaciones de crisis*” y el trabajo de investigación *Turismo rural y las estrategias de intervención territorial: procesos asociativos y competencias de los agentes de desarrollo* desarrollados en el partido, han motivado el análisis de la potencialidad que posee la recreación y el turismo en los espacios rurales y rururbanos rosaleños.

En concordancia, el objetivo general implica identificar las iniciativas desarrolladas en los espacios rurales y rururbanos del partido de Coronel de Marina Leonardo Rosales, en pos del desarrollo de recreación y turismo rural y del reconocimiento del grado de integración y complementariedad entre las mismas. De este objetivo, se desprenden aquellos objetivos específicos, como reconocer los recursos naturales y culturales

asociados al turismo rural; visibilizar la significancia que para el residente urbano tiene el acceso a la ruralidad; relevar los productores agropecuarios locales y sus prácticas específicas, los acontecimientos programados y emprendimientos para conocer su grado de interés en turismo rural. También, caracterizar a la demanda actual que frecuenta iniciativas relacionadas al turismo en espacios rurales y rururbanos, e identificar los actores involucrados en el desarrollo del turismo rural.

En función de lo expuesto, es posible definir algunos interrogantes que guiarán la investigación: ¿Cómo incide la estacionalidad en el balneario Pehuen Co? ¿Cómo influye la comercialización directa de los productos de emprendedores en el desarrollo productivo y turístico de Villa Arias? ¿De qué manera el turismo rural permite diversificar la oferta turística actual? ¿Qué prácticas, acontecimientos o establecimientos rurales demuestran la presencia de potencialidad de turismo rural en Pehuen Co y Villa Arias?

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El turismo toma el adjetivo de rural cuando se desarrolla en un entorno geográfico específico, en el espacio rural. Son diversos los criterios utilizados para definir este término, desde la cantidad de población, las actividades productivas, los servicios ofrecidos, las características geográficas, entre otros. No obstante, la mayoría de los autores coinciden en que los espacios rurales pueden ser caracterizados como

“...territorios más dinámicos, con capacidad de ofrecer diversos productos y servicios, aprovechando las riquezas paisajísticas, el patrimonio cultural y arquitectónico, la ubicación, y fundamentalmente, la capacidad de la población local que busca utilizar de forma sustentable los recursos locales” (Eciolaza, 2019).

Existen distintos enfoques conceptuales del mundo rural y, por lo tanto, diversos autores han presentado dichos enfoques, como Berardo (2019), Nogar (2010) y Sili (2002).

En primer lugar, la teoría dicotómica o de oposición rural-urbano (1940-50) plantea que “...es rural todo aquel espacio habitado que no es urbano” (Sili, 2002: 75). El campo y la ciudad son opuestos, dado que “los espacios rurales han sido percibidos históricamente como espacios productivos asociados a actividades primarias...” (Ivars Baidal, 2000: 70), como unidades estáticas, envejecidas, dependientes de los tiempos de la naturaleza, contrario a los tiempos industriales y comerciales de la ciudad.

A partir de la década del 60, cobra importancia la teoría del continuum, cuya principal intención es “...explicar el proceso de urbanización del campo con la finalidad de superar la visión dicotómica entre lo rural y lo urbano” (Berardo, 2019: 321). De esta manera, propone la existencia de un espacio de transición entre el espacio rural y el urbano, donde se funden características tradicionales y modernas, como resultado del crecimiento de los flujos y la movilidad rural-urbana (Nogar, 2010). Los aspectos que antes distinguían estos dos espacios ya no tienen vigencia, por esto, las diferencias entre ciudad y campo son cada vez menores y lo rural ya no se define en función de lo agrario.

Es oportuno introducir el concepto de *espacio rururbano*, la franja de transición entre el espacio rural y el urbano. Son numerosas las disciplinas y los autores²⁰ que definen este espacio de distintas maneras, ya sea como periurbano, ecotono urbano-rural, ciudad

²⁰ Anton i Clavé e Ibarguren Aizpurua, 1993; Barsky, 2010; Segrelles Serrano, 2015

difusa o dispersa, territorios de borde, periferia urbana, la interfase ciudad-campo, espacio transicional.

Finalmente, Nogar (2010), a través del enfoque de la nueva ruralidad, pasa de un análisis de lo rural productivista basado en lo sectorial, principalmente, en la actividad agrícola, a otro análisis sistémico y multidisciplinar de los espacios rurales, donde se interpretan y visualizan los cambios como nuevas oportunidades, alternativas y estrategias además de las productivas. Se abordan los espacios rurales como "...un todo integrado, articulado, interrelacionado y pluriactivo" (Nogar, 2010: 28). Estos territorios dinámicos, cambiantes y flexibles son interpretados como espacios multifuncionales y, por lo tanto, integrados a lo global y lo local simultáneamente.

El espacio rural y el periurbano deben interpretarse en función de los cambios ocurridos en las últimas décadas en dichos territorios, asociados al concepto de la nueva ruralidad, multifuncionalidad, pluriactividad y neorruralidad. Los cambios en la producción, en las funciones, en las actividades y los servicios, en las formas de ocupación del espacio aumentan la complejidad económica, social, demográfica y cultural de estos espacios.

Multifuncionalidad

En los espacios rurales y rururbanos se evidencia la multifuncionalidad, definida como "...el desarrollo de múltiples actividades que trascienden el uso agropecuario del espacio, hacia la revalorización de los recursos naturales, la innovación tecnológica y el empleo rural" (Alamo y Haag, 2019: 6).

La multifuncionalidad permite que se desarrollen múltiples servicios en los espacios, más allá de la tradicional agricultura, gracias a la incorporación de otras actividades alternativas productivas y comerciales que generan ingresos no agrícolas a partir del aprovechamiento de recursos y del paisaje. Se produce una transición y una complementariedad entre un espacio productor de materia prima y un espacio de ocio con recursos naturales y culturales (Pellizza y Ercolani, 2013).

Neorruralidad

A lo largo del siglo XX, y especialmente desde la década del 70, se observa un flujo migratorio desde la ciudad hacia el medio rural, denominado por diversos autores como neorruralidad. Así, son neorrurales todas aquellas personas que se marchan de la ciudad y se encaminan al campo, motivados por la recuperación de la sensación de libertad, autenticidad, pureza, tranquilidad y simpleza de la vida en el campo,

"...el mayor contacto con la naturaleza, la posibilidad de producir parte de sus propios alimentos (...), así como el disfrute de un ambiente asumido como más saludable, simple y agradable harían parte de un nuevo y deseado estilo de vida (...), la emoción proporcionada por el encuentro con "algo" que fue perdido en la ciudad, es decir, con elementos considerados ausentes de la imagen contemporánea de ciudad" (Méndez Sastoque, 2013: 36).

En este contexto, el espacio rururbano constituye un espacio social cada vez más heterogéneo gracias a las modificaciones demográficas que genera el asentamiento temporal o permanente de neorrurales, quienes se dedican a la comercialización de sus productos frescos, sanos y nutritivos. Por otro lado, se benefician, también, de los flujos de visitantes urbanos ya que

"...es cada vez más habitual que los residentes de espacios urbanos se desplacen durante los fines de semana o días no laborables para realizar actividades al aire libre y en contacto con la naturaleza. Se trata de una

actividad realizada a lo largo de todo el año, por lo que este tipo de prácticas recreativas permiten en buena medida reducir la estacionalidad y contribuir al desarrollo de dinámicas productivas que benefician a las localidades” (Haag y Martín, 2018: 1039).

Conviene resaltar, entonces, que el proceso migratorio de lo urbano a lo rural da cuenta de lo que acontece en la sociedad actual, de los factores que intervienen en la nueva ruralidad.

Pluriactividad

Es definida como “...un fenómeno que presupone la combinación de dos o más actividades, siendo una de éstas la agricultura, en una misma unidad de producción” (Schneider, 2009: 210).

En muchos casos, es considerada una nueva práctica empleada por los hogares en los espacios rurales para subsistir, sin embargo, el uso de distintas fuentes generadoras de ingresos es una característica que ha estado presente a lo largo de la historia, aunque de manera menos evidente (Martínez, 2010). La diferencia radica en que esta combinación de actividades deja de ser ocasional y temporal para convertirse en una estrategia de las familias rurales para ingresar y permanecer en el mercado laboral.

A partir de esta concepción, la actividad turística se inserta en el espacio rural y rururbano, y a pesar de que era una actividad, inicialmente, considerada urbana, actualmente, refleja una realidad en la cual lo rural ya no es exclusivamente agrícola.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS

La presente investigación tiene un enfoque mixto, tanto cuantitativo como cualitativo, ya que permite combinar las fortalezas de los dos tipos de indagación y lograr una perspectiva más amplia del tema. Para abordar el tema se desarrolló un proceso de investigación de tipo exploratorio y descriptivo, en pos de “...examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández Sampieri, 2014: 91) y, de esta manera, “...especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández Sampieri, 2014: 98).

En cuanto a las técnicas para la recopilación de información se empleó la revisión de bibliografía de fuentes primarias y secundarias en relación a la temática desarrollada, junto con salidas al terreno para la aplicación de entrevistas con bajo grado de estructuración a informantes claves. Entre ellos, se consideraron funcionarios públicos, representantes de organizaciones y entes, miembros de comité organizadores de acontecimientos programados, propietarios de emprendimientos de la localidad balnearia Pehuen Co y de Villa General Arias. Conjuntamente, durante el trabajo de campo, se aplicaron cuestionarios semiestructurados a aquellos asistentes que participaron en uno de los eventos considerados. Se recurrió a estos instrumentos de recolección con el objetivo de conocer para, luego, analizar las percepciones de los actores respecto del turismo alternativo y, dentro de este, el turismo rural.

Otra técnica empleada para la captación de la realidad socio cultural de las comunidades y para recabar datos sobre conceptos, historias y relaciones de los habitantes, fue la observación no estructurada y participativa. Con el fin de explorar el contexto cotidiano, establecer vínculos, detectar procesos sociales y captar la riqueza del fenómeno a analizar,

se ha destinado parte del trabajo de campo a este procedimiento empírico a partir de registros no sistemáticos. Por otro lado, se confeccionaron y completaron fichas de relevamiento sobre el patrimonio tangible e intangible relacionado a la modalidad.

Por consiguiente, se realizó la codificación, es decir, la traducción de respuestas y datos a categorías específicas a través de técnicas para el análisis de la información. Respecto a los cuestionarios aplicados, se procesó la información mediante la tabulación de datos y la representación gráfica. Finalmente, se interpretaron los resultados para la realización del diagnóstico y se redactaron las conclusiones.

CONCLUSIONES

En el área de estudio se puede apreciar que los espacios, de tradición agrícola ganadera, han cambiado como resultado de la introducción de nuevas actividades económicas y sociales, como las relacionadas al turismo y la recreación, o la incorporación de nuevos cultivos como las plantaciones de vides y el cultivo de olivares. Es por esto que la antigua equivalencia rural igual a agropecuario, a estático, a envejecimiento ya no se encuentra vigente, por lo tanto, prevalece el enfoque de la nueva ruralidad que caracteriza al ámbito rural como dinámico, cambiante y flexible. Esto genera, entonces, una transformación del territorio rosaleño y, por consiguiente, multiplicación de la oferta, presencia de neorrurales, pluriactividad más diversa, dinamización territorial y, finalmente, multifuncionalidad de los espacios rurales y rururbanos.

En este sentido, surgen nuevas formas de apropiación asociadas al ocio y la recreación que comienzan a tener un rol importante en la integración de cadenas productivas. En ambas localidades se desarrolla "...un proceso de valorización de estos espacios, con fines recreativos, motivado por las necesidades de esparcimiento de los habitantes urbanos, ya que ofrecen espacios verdes, tranquilidad, seguridad y la cercanía en tiempo y distancia a los centros urbanos" (Alamo y Haag; 2019: 2).

Es posible reconocer en el área de estudio ciertas actividades de turismo y recreación, así como iniciativas vinculadas a la organización de fiestas locales y ferias rurales que tiene su base fundamental en acciones colectivas y generan cierta dinámica económica, territorial y social por las relaciones construidas. Asimismo, la presencia de atractivos y recursos potenciales, entre los cuales se pueden mencionar fincas, chacras, granjas, huertas, espacios naturales abiertos, alojamiento rural, emprendimientos productivos y recursos naturales, permiten indicar el gran potencial que tienen los espacios rurales y rururbanos. Espacios capaces de generar desplazamientos y flujos de visitantes, lo cual podría derivarse en la generación y promoción de una oferta integrada.

BIBLIOGRAFÍA

ALAMO, M., HAAG, M. I. (2019). *Prácticas de la agricultura familiar periurbana en el partido de Coronel Rosales en la actualidad*. En XI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales, Argentina, Buenos Aires.

ANTON I CLAVÉ, S., IBARGUREN AIZPURUA, B. (1993). Espacios periurbanos de ocio, espacio y uso metropolitano del espacio en Barcelona. *Méditerranée: Revue géographique des pays méditerranéens*, N° 1-2 (77), pp. 61-64. Journal of Mediterranean. Disponible en: https://www.persee.fr/doc/medit_0025-8296_1993_num_77_1_2810

- BARSKY, A. (2010). “La agricultura de “cercanías” a la ciudad y los ciclos del territorio periurbano. Reflexiones sobre el caso de la Región Metropolitana de Buenos Aires”. En: Svetlitz de Nemirovsky, A. (2010) *Globalización y agricultura periurbana en la Argentina. Escenarios, recorridos y problemas*. Maestría en Estudios Sociales Agrarios. Buenos Aires: Flacso. Pp. 15-29.
- BERARDO, M. (2019). Más allá de la dicotomía rural-urbano. *Quid 16*, N° 16, pp. 316-324. Instituto de Investigación Gino Germani, Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/quid16/article/view/3607/pdf>
- ECIOLAZA, F. (2019). Crisis y turismo en el espacio rural. Estrategias, actores y proyectos en el Partido de Patagones, Argentina. *Revista Labor Interdisciplinaria De Desarrollo Regional*, N° 35, pp. 193-221. Centro de Estudios Regionales, Universidad de Los Lagos. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7305545>
- HAAG, M. I., MARTÍN, M. C. (2018). “La organización de fiesta populares en el Sudoeste Bonaerense como alternativa para la dinamización de las economías locales”. En: Guerrero, A., De Batista, M., Estrada, M. E. (Comp.) (2018). *XII Bienal del Coloquio de Transformaciones Territoriales: Interrogantes y desafíos en las territorialidades emergentes*. Argentina: Universidad Nacional del Sur. Pp. 1034-1047.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. (2014). “Definición del alcance de la Investigación que se realizará: exploratorio, descriptivo, correlacional o explicativo”. En: Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc. Graw Hill. Pp. 88-100.
- IVARS BAIDAL, J. A. (2000). Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones Geográficas*, N° 23, pp. 59-88. Universidad de Alicante. Instituto Universitario de Geografía. Disponible en: <https://www.investigacionesgeograficas.com/article/view/2000-n23-turismo-y-espacios-rurales-conceptos-filosofias-y-realidades>
- MARTÍNEZ, M. J. (2010). Nueva ruralidad: la "remake" del término pluriactividad. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, N° 2 (26). Euro-Mediterranean University Institute. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/181/18118916014.pdf>
- MÉNDEZ SASTOQUE, M. J. (2013). Una Tipología de los Nuevos Habitantes del Campo: aportes para el estudio del fenómeno neorrural a partir del caso de Manizales, Colombia. *Revista de Economía y Sociología Rural*, N° 1 (51), pp. 31-48. Sociedad Brasileña de Economía y Sociología Rural. Disponible en: <https://www.scielo.br/j/resr/a/DfDbBjLdyQ5yKDHV9c6rqz/?lang=es&format=pdf>
- NOGAR, A. G., JACINTO, G. P. (2010). *Los espacios rurales: aproximaciones teóricas y proceso de intervención en turismo rural*. Buenos Aires: La Colmena.
- PELLIZZA, V., ERCOLANI, P. (2013). *Gestión Pública del Turismo en el Espacio Rural: Proyecto TERRA*. En VI Simposio en Turismo, XII Jornadas Nacional de Investigación en Turismo “El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos”, Argentina, Ushuaia.
- SCHNEIDER, S. (2009). “La pluriactividad en el medio rural brasileño. Características y perspectivas para la investigación”. En: Grammont, H. y Martínez, L. (Comps.) (2009). *La pluriactividad en el campo latinoamericano*. Ecuador: FLACSO. Pp. 207-242.

SEGRELLES SERRANO, J. (2015) Agricultura periurbana, Parques Naturales Agrarios y mercados agropecuarios locales: una respuesta territorial y productiva a la subordinación del campo a la ciudad. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, N° 502 (19), pp. 1-35. Universidad de Barcelona. Disponible en: <https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/15107>

SILI, M. E. (2002). Del enfoque agrario al enfoque rural. Ideas y conceptos para contribuir a una nueva ruralidad. *Revista Universitaria de Geografía*, N° 1 y 2 (11), pp. 71-90. Departamento de Geografía. Universidad Nacional del Sur.

MESA DE TRABAJO 2

Los patrimonios
en contextos no
metropolitanos:
Tensiones,
rupturas, desafíos
y oportunidades
en la sociedad
contemporánea

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Mesa de Trabajo N°2: Los patrimonios en contextos no metropolitanos: Tensiones, rupturas, desafíos y oportunidades en la sociedad contemporánea

APORTES PARA LA APLICACIÓN DE INVESTIGACIONES HISTÓRICAS AL PATRIMONIO COMO RECURSO TURÍSTICO: ESTUDIO DE CASO EN LA RURALIDAD MANCHEGA

Carrizo Mercau Maria Veronica.

Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad, Universidad Nacional de Cuyo

INTRODUCCIÓN

En el marco del Turismo Cultural, comenzamos este trabajo a fin de investigar cómo incorporar nuevos actores, acontecimientos y/o procesos históricos a los ya implementados en los relatos de difusión de lugares turísticos- patrimoniales. Nos situamos en este trabajo en territorio español, se ha seleccionado como estudio de caso un punto de la Ruta del Quijote, en la Comunidad de Castilla- La Mancha, declarada como Itinerario Cultural Europeo en 2007. Específicamente se trabajó sobre el Castillo de La Muela ubicado en la zona rural aledaña en el municipio de Consuegra. Comenzamos este recorrido por el Castillo cuya imagen es utilizada en su promoción de la Comunidad Autónoma en la cual está situado. Llamó nuestra atención que el siglo XVII correspondiente a la época del Quijote, esta no se encuentra incluida en la difusión de lugares que forman parte de ella.

Nos preguntamos si en caso de identificar actores, acontecimientos y/o procesos históricos estos pueden: ¿mejorar la experiencia y favorecer la valoración patrimonial de las zonas rurales aledañas?; ¿si es que debe identificarse sólo con una etapa o época histórica el patrimonio cultural que se utiliza como recurso turístico?; ¿averiguar si esto favorece a la valoración o preservación de este?

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La investigación se enmarca en la relación entre Patrimonio y Turismo, dos conceptos que han sido altamente trabajados, definidos y subdivididos en los últimos cincuenta años. Se trabajó en este proyecto con los conceptos de: Patrimonio Cultural y Turismo Cultural. Al definirlos, consideramos al Patrimonio Cultural coincidiendo con Mirá Rico (2015) como un término poliédrico que puede analizarse desde las normativas, del mundo académico, científico y social. (Pág. 59) Para nuestro trabajo consideraremos como eje el concepto señalado por Querol Fernández (2010.) que lo define como, un conjunto de bienes muebles, inmuebles e inmateriales que hemos heredado del pasado y que hemos decidido que merece la pena proteger como parte de nuestras señas de identidad social e histórica. (Pág. 11),

La importancia del Patrimonio Cultural y su incorporación en el ámbito turístico queda evidenciada en la cantidad de proyectos de esta línea que se están desarrollando alrededor del mundo, que buscan destacar las señas identitarias y marcar la singularidad respecto a los demás sitios, se destaca el valor y la importancia de su historia. La ciencia que aporta los recursos para el conocimiento y la valoración de este tipo de Patrimonio es la Historia.

Darlo a conocer con rigor científico e investigaciones que revelen su rol en la construcción de la comunidad en la cual se encuentran, es un elemento de valor añadido a la sola existencia física y/o inmaterial del mismo. Develar y difundir los acontecimientos, procesos y actores que se relacionaron, vivieron, crearon, construyeron o utilizaron el Patrimonio Cultural que se busca promocionar, es una necesidad a la hora de generar la singularidad que en la actualidad destaca un recurso o un atractivo turístico de otro.

Coincidimos con Barrado (2009) cuando plantea que actuar sobre un territorio turístico implica atender diversos aspectos como son la sostenibilidad, diversificación y renovación, buscar la calidad en el equilibrio con el desarrollo local y regional, ya que es una apuesta por la valoración del patrimonio, por el desarrollo por la identidad del destino y por su diferenciación. (Pág. 283). Coincidimos con Eiras Roel (En Rey Castela: 2015) al destacar que la interdisciplinariedad es esencial para la dignificación del producto de la Historia y el trabajo del historiador, cuya función siempre ha sido entendida como comprender para poder explicar. (Pág. 87), y a partir de su trabajo incorporarlo al recurso y/o atractivo turístico en cuestión. Punto fundamental en esta relación es la planificación, ya que consiste en propiciar un equilibrio funcional y armónico sobre el espacio, en el caso del turismo cultural se conjugan la explotación turística global, la fusión de intereses públicos y privados, para buscar eludir los impactos negativos e irreversibles que estas actividades generan.

Destaca Rengifo-Gallego (2006), que de las nuevas modalidades turísticas el Turismo Cultural se ha posicionado como una de las más importantes, por lo que tanto instituciones como operadores de turismo le otorgan una mayor atención. Las rutas patrimoniales se convierten así en uno de los recursos más frecuentes a los que recurren instituciones públicas como privadas, menciona el autor.

Como afirma Navalón García (2014) Estas rutas e itinerarios contribuyen a afianzar nuevas tendencias turísticas que muestran sensibilidad a las propuestas relacionadas con la autenticidad, el patrimonio, la actividad o participación y el disfrute de experiencias singulares y que se aboca a destinos con diversos atractivos. (pág. 207). Consideramos que, en las Rutas Patrimoniales, es donde se une el Patrimonio Cultural y la Historia, con el Turismo de una forma más clara. En cada una se construyen narrativas y relatos que reelaboran e incluso generan nuevas imágenes y significados, utilizando la tradición e innovando en algunos casos. Nos parece importante mencionar características particulares de los visitantes que realizan este tipo de turismo, estos poseen una mayor formación y preparación que se traduce en exigencias, y en la demanda de productos más elaborados (Martín de la Rosa, 2003).

Concordamos con Campesino (2006), quien considera que un itinerario cultural, responde a criterios históricos de autenticidad, de continuidad y de intercambio entre diversas culturas o dentro de la misma. Ellos requieren de un modelo de planificación participativa, explican Molina y Rodríguez (2005), donde se reconocen las capacidades e intereses locales y regionales y las realidades de los grupos humanos y económicos que actúan en sus respectivas áreas. (pág. 25)

En el caso de Castilla La Mancha, afirma Fernández Barrios (2013), en la última década se ha diversificado con nuevas actividades y destaca aquellas que se relacionan con el Patrimonio Cultural, como las rutas temáticas y proyectos de interés regional como la Ruta del Quijote, mayoritariamente desarrollada en el ámbito rural.

Afirman Travé Molero y Milano (2019), que en la actualidad la imagen turística del territorio que compone Castilla- La Mancha está fuertemente determinada por La Mancha y el producto cultural de esta ruta, constituye su recurso mejor explotado. (Pág. 23) Señala García Marchante (2006), se ha consolidado como un recurso turístico de alto valor, aunque requiere del mantenimiento de su identidad y conservación. También es destacado

por Rengifo-Gallego (2006) como el eje central de la oferta turística de la Comunidad Autónoma.

Por ello proponemos incorporar el Patrimonio Cultural como recurso turístico con la presentación de su historia y los procesos históricos en los cuales estuvo inmerso, con rigor científico, sin repetir tópicos o generalidades. Esto permitirá generar una riqueza y una singularidad para convertirse en un atractivo para los visitantes y permitirá difundir su valor patrimonial. Para ello es necesario incorporar estudios científicos con aportes de historiadores al recurso turístico, para sí garantizar la científicidad de lo expuesto y evitar: repetir relatos que incluso no responden a la realidad del recurso promocionado, limitar su difusión a un período acotado, perdiendo parte de la riqueza histórica que lo convierte en un bien patrimonial. Un mayor conocimiento facilita y promueve que la sociedad considere valioso el Patrimonio estudiado para su resguardo, y puesta en valor por medio de la difusión, permitiendo su preservación por medio de una gestión responsable que favorezca el turismo sostenible en el mismo.

METODOLOGÍA

Para realizar del siguiente trabajo se ha seleccionado una metodología de tipo cualitativa, descriptiva, un estudio de caso. Ya que nos permitirá profundizar en la identificación de hechos y personajes destacados en la historia de España del siglo XVII, que por su importancia sean o no elementos de interés plausibles de ser utilizados en la promoción y desarrollo en la explotación turística del Castillo de La Muela (Consuegra) en Toledo. Se utilizaron técnicas de investigación propias de la Historia, en un primer momento se realizó un estudio heurístico y luego se implementó un análisis hermenéutico.

Aplicamos la metodología propia de las ciencias sociales ya que, en el campo del conocimiento del Turismo, se desarrolla a través de enfoques multidisciplinares, interdisciplinarios y extradisciplinares, como lo mencionan, Oliva y Lonardi (2017).

Para respaldar y enriquecer la información recabada, nos apoyamos en las entrevistas virtuales a personalidades contemporáneas que por sus trayectorias académicas consideramos expertos en el campo de la Historia de España y de la Edad Moderna. Finalmente analizaremos los datos obtenidos y compilaremos una propuesta de actividades para incorporar en la planificación turística del lugar.

Para realizar la descripción del castillo nos centramos en la información de archivos españoles, y material bibliográfico de la Biblioteca Nacional de España, y en PARES, bases de datos con información legal, normativa y de gestión sobre el patrimonio de castillos y su conversión en atractivos turístico- patrimoniales en Castilla-La Mancha y España en general. Además de sitios web oficiales de la Provincia de Toledo, de la Comunidad Autónoma de Castilla- La Mancha, y del Municipio de Consuegra.

Se hizo principal hincapié en la búsqueda de documentos y textos elaborados en el siglo XVII y en la evaluación que de ellos han realizado historiadores especializados.

Se aplicó el método hermenéutico, a fin de identificar, comprender y relevar aquellos acontecimientos y/o actores destacados que habitaron, permanecieron y/o transitaron en el lugar, para ser incorporados en el relato de difusión y promoción del castillo

Se comenzó por bibliografía general de la época para buscar e identificar referencias al castillo de La Muela (Consuegra) y/o actores que estuvieron y realizaron acciones en ese lugar. Se relevaron 13 (trece) autores, en ellos sólo en 5 (cinco) se menciona el sitio y en todos los casos con relación a un actor específico, don Juan José de Austria (hijo del rey Felipe IV). A partir de los datos obtenidos de ellos continuamos con el análisis de bibliografía específica de Historia de España y los reinados del siglo XVII, se reitera la mención y referencia al sitio y se lo une al mismo actor. Los historiadores analizados son

reconocidos en el ámbito académico y responden a diversas tendencias historiográficas, distintas nacionalidades que permiten tener perspectivas diversas sobre la Historia Moderna, de España y Castilla.

Se consultó a expertos, académicos e investigadores en Historia de España e Historia Moderna, por medio de una entrevista utilizando medios digitales. Para realizar la selección de expertos utilizamos la caracterización que presenta Molina (2005), quien afirma que, en la técnica de Delfos, es fundamental su participación. El autor aclara la dificultad de señalar a quienes se consideran expertos, aunque da criterios para su selección. Estos deben reunir dos condiciones: en primer término, la preparación teórica relacionada con el objeto de estudio, en nuestro caso la Historia de España, la Edad Moderna y en particular el siglo XVII, siglo del Quijote. En segunda instancia, consideramos la experiencia directa y actual en el área de estudio, poseer experiencia en gestión profesional y de toma de decisiones, haber realizado investigaciones teóricas y prácticas relacionadas con el área que se explora.

La metodología propuesta responde a la concreción de los objetivos planteados, el reconocimiento de procesos históricos de relevancia en primer lugar. En segunda instancia, identificar y caracterizar actores y protagonistas de ellos, que por su actuación puedan ser incorporados en la promoción y difusión turística y patrimonial del sitio estudiado. Por último, reconocer la actuación y la proyección que de ellos se puede realizar en la actualidad para elaborar un plan de acción para mejorar la explotación, difusión y conservación del patrimonio material e inmaterial

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Luego de la realización del trabajo concluimos en destacar la importancia de la realización de estudios históricos e investigaciones que pongan de relieve aquellos procesos y actores en el sitio que se busca incorporar o revitalizar con el turismo cultural. Basado en un plan de desarrollo turístico que permita que el destino en cuestión mantenga la cantidad de visitantes a lo largo de todo el año, evitando la estacionalidad y con ello favorecer la protección de este y mejorar el desarrollo local, en particular en zonas rurales.

Ampliar el eje temporal en la difusión e incorporar nuevas experiencias con los aportes realizados, por medio del diseño y ejecución de estas. Estas acciones se utilizarán como promotoras del desarrollo, por su flexibilidad y se sumarán a las ya presentadas en el sitio. Estas se articularán en tres componentes, experiencial, emocional y material, mencionados en el Manual para la planificación de productos turísticos. (2014) El experiencial, se gestionará por medio de actividades relacionadas con la figura del actor relevado como protagonista del siglo XVII en el castillo, a partir de él y su actuación se plantean acciones concretas donde el visitante pueda vivenciar el siglo. El segundo componente, emocional, permite la difusión del bien patrimonial y la transmisión de conocimientos que permitan una valoración histórica del bien visitado en el contexto del siglo XVII. Y por último el componente material, que estará dado por la incorporación de nueva tecnología para realizar presentaciones multimedia, realidad aumentada, y recreaciones. Por medio de la ampliación de actividades se busca aumentar la cantidad de visitantes, mejorar la infraestructura y realizar a partir de ellas acciones que busquen la conservación y restauración del castillo.

También se propone incorporar por medio de programas o acciones concretas la participación de investigadores y expertos en el siglo XVII para indagar sobre la historia y los protagonistas que habitaron el Castillo, fomentar una aproximación entre los estudios académicos y el fomento del turismo cultural en el lugar. Difundir entre la comunidad científica la necesidad de profundizar los conocimientos del Castillo de La

Muela (Consuegra), para dar a conocer a la comunidad y a toda la sociedad el valor histórico patrimonial que posee y así generar una mayor valoración por parte de quienes tienen la facultad de protegerlo y aportar recursos para ello.

Al ampliar el relato histórico a otras épocas permitirá comprender de una forma más completa y compleja la evolución que el Patrimonio investigado ha vivido. Incorporando los procesos históricos políticos, militares y las ideas. Surge la necesidad de ampliar el eje cronológico de la investigación a siglos posteriores, a fin de incorporar la totalidad de las épocas históricas en el sitio investigado.

BIBLIOGRAFÍA

BARRADO, D. (2009). Los retos de la planificación territorial del turismo: sostenibilidad, calidad e integración del desarrollo turístico. RODRÍGUEZ, J.M. y ALONSO, M.M. (Coords) (2009). Nuevas tendencias y retos en el sector del turismo: un enfoque multidisciplinar. Villalba. Delta.

CAMPESINO, J. A. (2006) Controversia patrimonial. PH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, N° 60.

FERNÁNDEZ BARRIOS, L. M. (2013). Venturas y desventuras del turismo en áreas rurales en Castilla- La Mancha. Guiños para una sostenibilidad turística. Presente y Futura. www.arescam.com

GARCÍA MARCHANTE, J.S. (2006). Paisaje y Patrimonio, potencialidades de la Ruta de Don Quijote, en PILLET, F Y PLAZA, J. (Coords.). El espacio 57 geográfico del Quijote en Castilla-La Mancha. Ediciones de la Universidad de Castilla- La Mancha. Cuenca. Pág. 237-243.

Manual para la planificación de productos turísticos. (2014). Lima. Perú.

MARTÍN DE LA ROSA, B. (2003) Nuevos Turistas en busca de un nuevo producto: el Patrimonio Cultural. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 1 N°2. Pág. 155-160.

MIRÁ RICO, J. A. (2015) Análisis de la gestión municipal de los castillos en la provincia de Alicante. Tesis doctorales Universidad de Alicante. www.eltallerdigital.com

MOLINA E., S; RODRÍGUEZ A., S. (2005) Planificación integral del Turismo: un enfoque para Latinoamérica. 2° Edición, México, Trillas

NAVALÓN GARCÍA, R. (2014) Diseño y Gestión de Rutas culturales: de la teoría a la práctica. En Rubio, L; Ponce, G.: Escenarios imaginarios y gestión del patrimonio. Ed. Serv. Public Univ Autónoma Metropolitana- Xochimilco (México) y Universidad de Alicante (España). Pág. 207- 217.

OLIVA, M. y LONARDI, P. (2017) Metodología de la investigación social aplicada al turismo. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Ugerman Editores.

QUEROL FERNÁNDEZ, M. A (2010). Manual de Gestión del Patrimonio Cultural. Madrid, Akal

RENGIFO-GALLEGO, J.I. (2006). Rutas culturales y turismo en el contexto español. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. N°60, Noviembre. Pág. 114-125.

REY CASTELAO, O y SUÁREZ GOLÁN, F. (Editores) (2015). Los vestidos de Clío: métodos y tendencias recientes de la historiografía modernista española (1973-2013). Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela.

TAVÉ MOLERO, R.; MILANO, C. (2019) A modo de introducción: imagen y experiencia en el turismo. De las dos orillas: imagen y experiencia en el Turismo. PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. IV Colección. Tenerife.

Mesa de Trabajo N°2: Los patrimonios en contextos no metropolitanos: Tensiones, rupturas, desafíos y oportunidades en la sociedad contemporánea

CONSERVACIÓN DEL SISTEMA DE HUMEDALES DE LOS ARROYOS LEYES Y TULUMAYA. UN ABORDAJE SOCIOCULTURAL, GEOGRÁFICO, TURÍSTICO Y POLÍTICO

Casanova Lilia Gabriela, Wilde Sonia Virginia, Sanchez Yesica Anabel, Cinel Hugo Gastón, Ayala Basilio Claudia Nayelin, Degele Pamela Esther, Montiel Zamorano Gloria Virginia.

Instituto de Investigaciones en Turismo e Identidad, Universidad Nacional de Cuyo

INTRODUCCIÓN

La extendida y progresiva explotación, transformación y degradación de la naturaleza es uno de los temas más urgentes del mundo contemporáneo (IPBES, 2019). Las áreas naturales protegidas, principal instrumento de la política de conservación internacional y ampliamente distribuidas en Latinoamérica (OAPA, 2005; Dudley, 2008), han demostrado tener muchas dificultades para cumplir sus objetivos. Por un lado, se encuentran sujetas a numerosas presiones por el uso del suelo, lo cual se ha expresado, por ejemplo, en un fenómeno mundial denominado “PADDD” (Protected area downgrading, downsizing, and degazettement) que implica la degradación, reducción y desconsolidación de sus regulaciones.

La conservación de los humedales ha adquirido especial importancia a nivel mundial en las últimas décadas. En el caso de Mendoza en particular, las problemáticas vinculadas con el agua son de fundamental incidencia.

Respecto al caso que nos incumbe, se trata sobre El Sistema de Humedales Leyes-Tulumaya es el último complejo de humedales existente en la zona centro-norte de Mendoza y está constituido por dos paleocauces, que comprenden a los departamentos de Maipú, Lavalle y Guaymallén.

En relación a las investigaciones desarrolladas en esta área, la búsqueda por palabras claves en estándares indexados (como Scielo, Google académico y Latindex) arroja que la atención académica se ha enfocado especialmente a reconstruir la historia ambiental de la zona, su carácter hidrográfico y caracterización faunística. Queda en evidencia que este ambiente presenta un gran valor ecológico, especialmente en el contexto urbano que lo rodea.

Estos procesos llevaron, en las últimas décadas, al planteo de una nueva agenda internacional en conservación, evolucionando desde un paradigma tradicional que concebía a las áreas protegidas como espacios de naturaleza prístina que debían protegerse de cualquier intervención humana, a uno moderno que las considera como parte de la complejidad del territorio (Toledo, 2005; Soulé, 2013; Casavecchia et al., 2014). Así la perspectiva de la conservación se amplió en tres aspectos principales: incluyendo una mayor gama de actores que pueden participar en la creación y administración de áreas protegidas (entre ellos los pueblos originarios); trabajando a escala regional o de paisaje; e incorporando aspectos culturales y sociales entre los objetivos de conservación.

MARCO TEÓRICO

En cuanto a las investigaciones turísticas y socio territoriales.

El equipo postulante ha comenzado en el marco de un proyecto anterior “*Hacia un desarrollo sostenible: cultura, ambiente, entornos saludables y espacios vividos en el departamento de Maipú, Mendoza*” a investigar sobre el caso de la Reserva Natural Laguna El Viborón en Maipú, identificando una pobre visibilidad social, aunque una valoración alta (Degele - Wilde 2021). No se encontraron otros trabajos que aborden el área desde un sentido socio-territorial, es decir investigando tensiones territoriales, producción de identidad, modelos de gestión política y participación social, superposición de usos, percepciones sociales, desarrollo turístico, entre muchas otras temáticas indispensables para favorecer la conservación del área.

En la misma línea el tratamiento de la prensa sobre la problemática de los humedales ha sido el siguiente:

Ambiente declara de interés al Humedal Sistema Leyes-Tulumaya :20 DE NOVIEMBRE, 2020: <https://www.mendoza.gov.ar/prensa/ambiente-declara-de-interes-al-humedal-sistema-leyes-tulumaya>

Investigan la muerte de peces en una laguna de Mendoza: Se trata de la Laguna del Viborón, parte de un sistema de humedales vinculados al Arroyo Leyes, en Maipú. Personal de Recursos Naturales y de Irrigación trabajan en el lugar y tomaron muestras. Agosto 2021: <https://www.universidad.com.ar/investigan-la-muerte-de-peces-en-una-laguna-de-mendoza>

Los Andes: Irrigación investiga la muerte de cientos de peces en una laguna en Maipú. Agosto 2021: <https://www.losandes.com.ar/sociedad/irrigacion-investiga-la-muerte-de-cientos-de-peces-en-una-laguna-en-maipu/>

Irrigación intensificó el control del agua en la Laguna el Viborón con análisis biológicos. <https://www.mendoza.gov.ar/prensa/irrigacion-intensifico-el-control-del-agua-en-la-laguna-el-viboron-con-analisis-biologicos/>

Registro de fauna del arroyo de leyes: <https://www.ecoregistros.org/site/lugar.php?id=1391>

Laguna de Soria: El FIT exige que se frene la especulación inmobiliaria en el último humedal del Gran Mendoza julio 2020 <https://www.laizquierdadiario.com/Laguna-de-Soria-El-FIT-exige-que-se-frene-la-especulacion-inmobiliaria-en-el-ultimo-humedal-del-Diario-del-proyecto-Biodiversidad-Humedales-Leyes-Tulumaya-Laguna-del-Rosario>. Julio 2020 <https://www.inaturalist.org/projects/biodiversidad-humedales-leyes-tulumaya-laguna-del-rosario/journal>

Así, se plantea como problema de investigación que coexisten en la región distintos proyectos de territorio o territorialidades a veces con orientaciones contrapuestas dando lugar a conflictos entre distintas lógicas -extractivistas, conservacionistas, de acaparamiento de tierras y de reproducción social de las comunidades. En este escenario las relaciones entre estados, organizaciones conservacionistas, movimientos socioambientales y comunidades campesinas e indígenas oscilan entre articulaciones y confrontaciones de diversas escalas (Schweitzer 2018).

Actualmente, este humedal se presenta en la forma de pequeñas lagunas y bañados localizados al noreste del Gran Mendoza, en la zona de contacto entre los departamentos de Maipú, Lavalle y Guaymallén. Esta zona era parte de un gran humedal que antiguamente comenzaba en una serie de vertientes ubicadas al norte de lo que hoy es Rodeo del Medio, allí se formaba el Arroyo Leyes, que lentamente escurría hacia el norte a través de una extensa área pantanosa. Los bañados abarcaban desde Rodeo del Medio por el sur hasta Lavalle y Costa de Araujo por el norte y desde La Primavera y Corralitos

por el oeste hasta el Río Mendoza por el este, constituyendo un gran área deprimida con algunas islas más altas, donde el ambiente era típico del monte.

METODOLOGÍA

1- Recolección de datos. Se realizará la colecta de datos cuantitativos (estadísticas, índices) sobre las diversas temáticas tratadas en este proyecto. Por otro lado, se recolectarán datos cualitativos, no sólo bibliográficos, cartográficos e imágenes, sino también los resultantes del trabajo de terreno, con encuestas a los habitantes, empresarios, empleados, y entrevistas a informantes clave.

2- Tratamiento de los datos recolectados a través de sistemas de información geográfica (SIG) o por otros medios; se utilizarán, además, diagramas y tablas de correlación y/o matrices (Bertin, escalogramas), mapas temáticos, mapas de correlación y de síntesis, mapas conceptuales, diagramas evolutivos e imágenes satelitales.

3- Comunicación de los resultados mediante la elaboración de las conclusiones con la cartografía de síntesis, la redacción de trabajos para publicaciones en revistas científicas, ponencias en congresos nacionales o internacionales, la presentación de las conclusiones en organismos municipales y/o provinciales o a las instituciones interesadas, y toda otra fuente de comunicación de los resultados.

DISCUSIÓN

Debido a la escasez de investigaciones en el área cabe preguntarse ¿cómo han influido los movimientos sociales en la obtención de estas leyes? ¿cuál es el grado de participación prevista para la ciudadanía en la ejecución de las mismas? ¿existe un equilibrio e integración entre los procesos de gestión del patrimonio natural y cultural? ¿qué diferencias encontramos entre departamentos? ¿cómo puede aportar el turismo al desarrollo sustentable y sostenible del área? ¿cuál es el potencial del turismo “ecológico”? ¿cuál es la relación entre diferentes escalas de áreas protegidas (locales, provinciales, internacionales) y cómo se articulan con el ordenamiento territorial? ¿cómo interactúan los procesos de urbanización y emprendimientos particulares y otros usos con los intentos de conservación del humedal? Estas y otras preguntas motivan la necesidad de abordar la conservación de este humedal, para hacer un aporte tanto a escala teórica como de las políticas públicas en la provincia, a la vez que pone los resultados en diálogo e interacción con otras zonas de la región.

En síntesis, este proyecto de investigación se fundamenta en primer lugar, en la importancia natural y cultural que tiene la conservación de los humedales, reconocida especialmente en las últimas décadas; en segundo lugar, en las tensiones y problemáticas para la conservación particularmente de nuestro caso de estudio Sistema de Humedales Leyes Tulumaya, y tercera en la carencia de investigaciones desde un abordaje socio-territorial de esta área en particular.

BIBLIOGRAFÍA

Bilbao,T; Dominguez,D; Echevarria.S; Fernandez,M; Funes,I; Guiñazu,M; Perosa,M. 2007. Proyecto de creación del Área Protegida Laguna del Viborón. Manejo de áreas silvestres y espacios protegidos. Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza. Argentina.

Chan, Nélica (2011). Circuitos turísticos-Programación y Cotización, Buenos Aires, Ediciones Turísticas Ladevi Proturismo

- Debandi, G; Zarco,A; Maldonado, B; Campos,C; Fernandez,F. 2020. Biodiversidad presente en el Sistema de humedales de los arroyos Leyes y Tulumaya (Mendoza, Argentina). Informe preparado por la Asociación para la Conservación de la Diversidad Biológica Argentina (BIOTA). Argentina.
- Diario Los Andes. 2013. La zona donde nace el canal pescara. Mendoza, Argentina. Disponible en: <https://www.losandes.com.ar/article/zona-donde-nace-canal-pescara-748247/>
- Galileo, V (1940). Hidrología Mendocina. Contribución a su conocimiento.
- Lucero,F. 2013. Listado de las aves observadas en la reserva natural municipal: Laguna de Guanacache, Laguna del Toro y Bañados del Carau, provincia de San Juan, y Laguna Seca y los Bañados de Tulumaya, provincia de Mendoza, Argentina. Notulas Faunísticas. ISSN- 0327-0017. Universidad Maimonides. Buenos Aires, Argentina.
- Manual para informadores turísticos región de los ríos. SERNATUR (Servicio Nacional de Turismo) páginas. 11 a 17
- Merget (et.al). 2015. Priorización de áreas de intervención mediante análisis morfométrico e índice de vegetación. Colegio de Postgraduados, Mexico. ISSN 2007-2422. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-24222015000100007#c2
- Mirabile,C; Zuluaga, J; Fusari,M; Burgos,V; Nuñez,M. 2005. Estudio de la variación temporal del área palustre del Río Mendoza a partir de datos históricos, cartográficos y satelitales. INA. Centro Regional Andino.
- Procesos ambientales y construcción del territorio a partir de un estudio de caso: la ciénaga del Bermejo, oasis Norte de Mendoza, 1810-1930: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/72723>
- Santos, F (2011) Tesis de Licenciatura. Caracterización Ambiental de los Arroyos LEYES y TULUMAYA, Provincia de Mendoza, Argentina. Universidad de Champagnat.
- Silanes, R (s/f) Historia de riego en la Provincia de Mendoza. República Argentina Técnicas de guiado. Material orientativo y de consulta para el examen de guías idóneos. Ley de Guías de Turismo de Salta N° 7404/06. Ministerio de Cultura y Turismo.

Mesa de Trabajo N°2: Los patrimonios en contextos no metropolitanos: Tensiones, rupturas, desafíos y oportunidades en la sociedad contemporánea

GESTIÓN TURÍSTICA EN ÁREAS PERIFÉRICAS. EL PATRIMONIO DEL EXTREMO NORTE DE TIERRA DEL FUEGO

Guerrero Gallardo Grisel, Salemme Monica, Schwarz Soledad.

Centro Austral de Investigaciones Científicas, CONICET, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

Palabras clave: periferia, desarrollo territorial, patrimonio, actores locales, Tierra del Fuego.

INTRODUCCIÓN

La zona septentrional de la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (TDF) es un área periférica que ofrece una variedad de georrecursos culturales (GC *sensu* Schwarz *et al.*, 2023) que por sus características geológico-geomorfológicas y arqueológico-históricas son susceptibles de integrarse como nuevos productos turísticos. El rol de la sociedad local resulta fundamental e indispensable para identificar los intereses e intervenir en la configuración final de los productos turísticos que pudieran sostener su patrimonio como eje. Dado que aún no se visualiza la concreción de oferta turística para el área de estudio, el potencial desarrollo de la misma requiere de la participación de los actores locales, en tanto destinatarios de los resultados que pudieran devenir de una nueva alternativa socioeconómica.

El objetivo de esta presentación es identificar tensiones y consensos en el proceso de activación patrimonial con fines turísticos entre los actores sociales vinculados a la zona norte de TDF²¹, caracterizada por una histórica producción ganadera y petrolero/gasífera, en un espacio limítrofe entre las fronteras de Argentina y Chile. A los fines de la investigación la delimitación espacial comprende la localidad de San Sebastián al sur, la costa atlántica hacia el este, el límite fronterizo con Chile hacia el oeste y el Estrecho de Magallanes al norte (Figura 1).

PERSPECTIVAS TEÓRICAS

El turismo como actividad económica y como expresión de cambios profundos de la sociedad, representa un instrumento de transformación territorial que, a través de su esencia dinamizadora, genera un sistema de relaciones que interactúa con las dimensiones sociales, medioambientales y económicas, tendientes a la apropiación y consolidación de un espacio. Para la transformación del territorio, en miras de tener un desarrollo sustentable, se debe procurar la búsqueda de un equilibrio entre los diversos actores que integran ese espacio y sus intereses y los procesos de construcción territorial endógena así como el impacto exógeno que puede generar la incorporación de la práctica turística (Bustos Cara, 2001).

²¹ La presente contribución se enmarca en la tesis de Maestría en “Gestión Turística del Patrimonio” de la Universidad Nacional de Tres de Febrero de una de las autoras que se encuentra actualmente en proceso de evaluación.



Figura 1. Localización del área de estudio. Tomado de Guerrero Gallardo (2023).

En turismo, la sustentabilidad se fundamenta en la capacidad de una sociedad de recurrir a su creatividad a través de la valoración, preservación e incluso revitalización de sus recursos patrimoniales. En consecuencia, es necesario generar un proceso de innovación constante donde la oferta turística del destino brinde a los visitantes un producto de originalidad o *autenticidad*. El consenso entonces entre la razón patrimonial y la razón turística es indispensable para el desarrollo positivo de la actividad; sin ello se corre el riesgo de caer en un mercantilismo abusivo y mal entendido que puede producir una trivialización de los discursos, contraproducente a largo plazo incluso para el propio interés turístico (Prats, 2003).

La generación de un desarrollo local sustentable basado en la actividad turística orientada al nicho de intereses especiales, requiere del legítimo y necesario rol de la sociedad local, que será la destinataria de los beneficios de este desarrollo y un actor fundamental para que el mismo se produzca (Troncoso, 2009). En este sentido, y particularmente en espacios periféricos, es fundamental que la comunidad local consolide su sentido de apropiación de estos recursos y participe en la configuración final de su patrimonio y el estilo de desarrollo turístico resultante (Vejsbjerg, 2015).

La actividad turística en nuestros días se caracteriza por la intersectorialidad y por generar efectos multiplicadores de gran amplitud. Es un importante movilizador socioeconómico

con potencialidad para desencadenar un proceso de desarrollo. Más allá de los beneficios en la economía local del destino, se deben evaluar también los costos, tensiones y/o conflictos que pudieran afectar a la población local en su territorio producto de la superposición, e incluso contraposición, de los diversos intereses en juego.

La visión colectiva y cohesionada de la asociación público-privada en torno a la consecución de objetivos permite planificar estrategias y políticas adecuadas con el fin de alcanzar beneficios reales y potenciales. El éxito o fracaso dependerá de los esfuerzos que se realicen durante el proceso de planificación, ejecución y gestión de la actividad turística. Si del patrimonio se trata, las características de los recursos patrimoniales y su visibilización para los propios residentes, contribuye en la toma de decisiones para el manejo del mismo. Paralelamente, puede constituirse en una ventaja competitiva para la diferenciación territorial (Vejsbjerg, 2015). Esto cobra especial sentido en el área septentrional de TDF que aún no está consolidada turísticamente.

METODOLOGÍA

El trabajo se realizó bajo un enfoque cualitativo, transeccional o sincrónico con un alcance exploratorio, a través del diseño e implementación de entrevistas etnográficas a actores clave locales. Este método se enmarca en una lógica de investigación de campo que "...permite liberarse del yugo del pensamiento estadístico o, más precisamente, de la especie de superego cuantitativo que induce al entrevistador a multiplicar el número de sus entrevistas" (Beaud, 2018, p.186).

Se optó por una muestra no probabilística o dirigida, útil para la investigación cualitativa ya que se "(...) logran obtener los casos (personas, objetos, contextos, situaciones) que interesan al investigador y que llegan a ofrecer una gran riqueza para la recolección y el análisis de los datos" (Hernández-Sampieri *et al.*, 2014, p. 190). Por tanto, este diseño brinda elementos clave para explorar la realidad de los entrevistados y su vinculación con el espacio de análisis, en base a sus experiencias y opiniones.

Para definir la muestra se analizaron previamente qué potenciales actores clave serían entrevistados. En la selección prevaleció la representación de los mismos, en función del trabajo que desempeñan en el área de estudio, sea en un organismo público o en la actividad privada, conectados o no con las prácticas turísticas. Con un total de 11 entrevistados, se procedió a clasificar y codificar según su ámbito laboral (Tabla 1):

Informantes claves	Organismos	Representantes		Código
11 entrevistas	Ámbito público	INTERNACIONAL	<i>Consulado de Chile (1)</i>	OI
		NACIONAL	<i>Gendarmería Nacional (2)</i> <i>Dirección Nacional de Migraciones (1)</i>	ON
		PROVINCIAL	<i>In.Fue.Tur (1)</i>	OP
		MUNICIPAL	<i>Dirección Municipal de Turismo (1)</i>	OM

	Ámbito privado	INDUSTRIAS	<i>Agrícola-ganadera (2)</i>	EA
			<i>Petróleo (1)</i>	EP
			<i>Turismo (2)</i>	T

Tabla 1. Clasificación de entrevistados. Tomado de Guerrero Gallardo (2023).

Todas las entrevistas fueron grabadas y se transcribieron en 11 archivos Word.doc. Para su procesamiento se establecieron 6 categorías: 1- atractivos, 2- localidad residente, 3- opinión de servicios e infraestructura, 4- oferta turística, 5- visitantes potenciales y 6- potencialidad turística. Los documentos de las entrevistas se analizaron a partir del software *ATLAS.Ti*, versión 9. Mediante esta herramienta se segmentaron los archivos en fragmentos o citas, según cada una de las categorías previamente mencionadas; esto permitió agrupar los datos textuales en función de temas similares. Una vez codificados los segmentos de los textos, se analizaron e interpretaron los datos.

Resultados

Los resultados obtenidos dejan a la luz el reconocimiento y valoración de los recursos patrimoniales que podrían ser incorporados en una oferta turística; sin embargo, se detectan tensiones por la potencial implementación de la actividad en el área de estudio, como se dijo, caracterizada por una marcada producción ganadera y petrolero/gasífera y por las barreras burocráticas entre las fronteras de Argentina y Chile. Estas tensiones devienen en obstáculos a la hora de potenciar ese sector: 1-superposición de actividades productivas que pueden resultar incompatibles entre sí; 2- dominio privado de la tierra en un sector insular y fronterizo, alejado de centros urbanos; 3- complejidad en la comercialización por falta de demanda, competencia con la localidad de Ushuaia y escasa oferta turística; 4- apatía del sector privado frente a un escenario de activación turística (Figura 2).

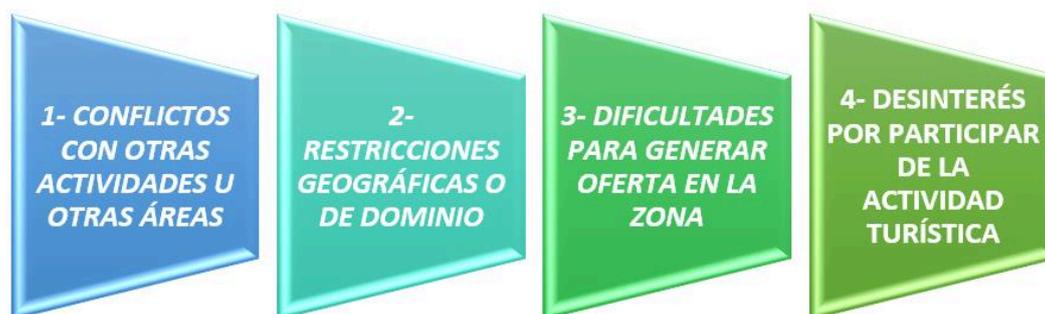


Figura 2. Limitaciones del área de estudio para la actividad turística. Tomado de Guerrero Gallardo (2023).

De las opiniones vertidas por los entrevistados al describir los visitantes del área surgen dos grupos: aquellas que referían a la demanda de turistas reales que arriban en la actualidad a esa zona y las de los turistas potenciales. De los primeros, se observa el predominio por descubrir nuevos lugares del área a fin de conocerla con mayor profundidad. También se los identifica por su carácter de exploradores y de contar con mayor conocimiento sobre el lugar que visitan, distinto a otros perfiles de turistas. Los entrevistados resaltan también las motivaciones que los visitantes buscan en ese espacio, al clasificar o describir a los mismos como una clase de turista o un grupo muy específico que quiere ver y sentir el paisaje y los componentes que lo integran. Sobre el segundo

grupo, integrado por turistas que se aspira o se especula que podrían visitar la zona de estudio, prevalece la mirada hacia un turismo responsable en el que prima el cuidado y el respeto por el patrimonio. No se espera la llegada de grandes grupos, sino que el número de visitantes sea reducido y su motivación particular se oriente a conocer el espacio, en palabras del entrevistado OP (ver tabla 1): una “demanda que valora este tipo de paisaje”.

COMENTARIOS FINALES

Contribuciones académicas de este tipo evidencian la importancia de una planificación consciente para una oferta turística auténtica basada en los recursos patrimoniales. La posibilidad de una actividad turística para el sector más septentrional de TDF requiere inicialmente que la población residente reconozca el valor de ese lugar y acuerde con ese desarrollo.

La visibilización de la zona mediante estrategias de bajo impacto, que no requieren un alto grado de inversión en la planta turística y que apunten a un turismo responsable, podría representar una complementariedad para las ofertas turísticas ya consolidadas en sectores no periféricos de la provincia, además de una integración al turismo regional binacional. Estas acciones contribuirían a fomentar la difusión del área y su patrimonio para turistas y para la propia comunidad fueguina. Nuevas propuestas de investigación que surjan estimularán o despertarán intereses en la sociedad que podrían alentar el desarrollo de otras alternativas para volver visible el interesante patrimonio del extremo norte de TDF.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Beaud, S. (2018). El uso de la entrevista en las ciencias sociales. En defensa de la entrevista etnográfica. *Revista Colombiana de Antropología*, 54 (1), 175–218. <https://doi.org/10.22380/2539472x.388>
- Bustos Cara, R. (2001). Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. *Aportes y Transferencias*, 5 (1), 11–28.
- Guerrero Gallardo, G. (2023). *Espacios fueguinos periféricos: visibilización turística del patrimonio del Cabo Espíritu Santo (Tierra del Fuego, Argentina)*. Tesis de Maestría en evaluación, Universidad Nacional de Tres de Febrero.
- Hernández- Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación (6ta ed.). McGraw-Hill-Interamericana Editores.
- Prats, L. (2003). Patrimonio + Turismo = ¿Desarrollo? PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 1(2), 127–136. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2003.01.012>
- Schwarz, S., Labrone, S., Coronato, A., Flores Barrera, F., Guerrero Gallardo, G. y Salemme, M. (2023). Análisis de georrecursos culturales para el uso turístico. Aplicación de una propuesta metodológica en el norte de Tierra del Fuego (Argentina). *Serie Correlación Geológica*, 38 (2): 65-89. DOI: [10.5281/zenodo.7738470](https://doi.org/10.5281/zenodo.7738470)
- Troncoso, C. A. (2009). Patrimonio y redefinición de un lugar turístico. La Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy, Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18, 144–160. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6877356.pdf>
- Vejsbjerg, L. (2015). Geoturismo en Patagonia Norte : el rol del patrimonio paleontológico en la dinamización de territorios turísticos intermedios en regiones periféricas (1ra ed.). Nuevos horizontes.

Mesa de Trabajo N°2: Los patrimonios en contextos no metropolitanos: Tensiones, rupturas, desafíos y oportunidades en la sociedad contemporánea

EXPERIENCIAS DE UTILIZACIÓN DE MÉTODOS MÓVILES APLICADOS A ESPACIOS TURÍSTICOS-PATRIMONIALES EN LA ZONA CENTRO SUR DE CHILE

Riquelme Brevis Hernán.

Instituto Iberoamericano de Desarrollo Sostenible, Universidad Autónoma de Chile

INTRODUCCIÓN

El estudio de los espacios turísticos-patrimoniales en contextos no metropolitanos requiere muchas veces de estrategias de investigación no convencionales, pues condiciones culturales, geográficas o climáticas inciden en analizar fenómenos sociales que reflejan cierto nivel de vacío respecto al desarrollo investigativo previo.

Asimismo, existen diversas formas de validación metodológica, que han recurrido a no tan nuevas técnicas de investigación, permitiendo analizar las interacciones sociales en el marco de sociedades dinámicas. En este sentido, la hegemonía de dos esferas metodológicas (cualitativa y cuantitativa) se ha visto reflejada en los diversos trabajos académicos efectuados por las y los investigadores del patrimonio, que consideran técnicas de investigación clásicas como cuestionarios, entrevistas y grupos focales (entre otras). Sin embargo, desde el enfoque cualitativo, cobran cada vez más fuerza aquellas técnicas que permiten captar las percepciones y emociones de manera sistemática y en movimiento.

Al alero del nuevo paradigma de la movilidad, el trabajo sintetiza resultados de diferentes investigaciones que se centraron en explorar las subjetividades del viaje en diversos contextos y por múltiples motivos. Estos viajes son desarrollados en dispositivos patrimoniales como ferrocarriles (Maule y Araucanía), pero también en formas convencionales como automóviles (Los Lagos). Se consideran territorios no metropolitanos aquellos lugares que escapan de las lógicas numéricas de una ciudad altamente poblada y con características de elevada urbanización, por ende, diversos factores rurales cobran protagonismo al momento de conocer las movilidades en contextos patrimoniales y/o por motivos turísticos.

En términos específicos, se toman como objetos de estudio el ramal Talca-Constitución (2018-2019) , el tren Victoria-Temuco (2018-2021) y las movilidades turísticas en la región de Los Lagos (2020-2023). Así, el objetivo del trabajo es describir el papel de los métodos móviles en la captación de las actividades turísticas y patrimoniales en el ramal Talca-Constitución (2018-2019) , el tren Victoria-Temuco (2018-2021) y en las rutas turísticas en la región de Los Lagos (2020-2023), desde la percepción de los agentes locales y turistas.

MARCO TEÓRICO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos móviles (Urry, 2000; Sheller y Urry, 2016) se tornan un relevante medio para dar cuenta de las relaciones sociales y las formas de desarrollar la vida cotidiana, especialmente cuando nos enfrentamos a sociedades en constante flujo de ideas, personas y objetos, que se ven influenciados por el avance tecnológico y la globalización.

Por lo mencionado, la exposición tiene un doble objetivo: por un lado, debatir con las formas estáticas de comprender y estudiar las sociedades, por otro lado, presentar algunas técnicas de investigación que han sido desarrolladas con la finalidad de caracterizar etnográficamente las experiencias de movilidad turística y el patrimonio ferroviario en las regiones del Maule, La Araucanía y Los Lagos, a través de diversos proyectos de investigación ejecutados durante el periodo 2018-2023.

En términos específicos, respecto a las técnicas de investigación, se comentará la técnica de “sombreo” (Jirón, 2011), que se caracteriza por explorar las experiencias de viaje e tiempos reales, permitiendo al investigador conocer rutinas, medios de transporte, actividades, motivaciones y distancias en jornadas específicas. Esta técnica se caracteriza por acompañar a los visitantes/viajeros en sus salidas con el objetivo de conocer sus actividades, identificar lugares y observar las rutinas cotidianas.

Complementando lo anterior, se comentarán resultados etnográficos de los lugares visitados y entrevistas de viaje, que involucran los tres momentos relacionados con las dinámicas temporales de los visitantes/turistas, a saber:

-Momento pre-viaje: asociado a la planificación del viaje. Su desarrollo se da en los espacios más íntimos de los viajeros, incluyendo el lugar de residencia temporal (hostel, camping, pensión, cabaña u hotel) y la participación pasiva-activa de la familia del participante de la investigación.

-Momento del viaje: En este momento se entrelaza el pre-viaje y el viaje en sí, lo cual involucra la infraestructura de la movilidad (medios de transporte, rutas y materialidades). En este periodo desarrolla el sombreado (Jirón, 2012), así como la generación de mapas mentales (Wurth, 2014; Riquelme y Riquelme, 2018) y fotografías que grafican las experiencias de movilidad por motivos recreativos en la región.

-Momento post-viaje: Involucra la finalización del circuito de desplazamientos, prestando atención a las experiencias del viaje desarrollado y la relación entre el ideal de movilidad y la realidad de la movilidad. Se presta atención a la linealidad o circularidad del tiempo-espacio.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Dentro de los resultados se detecta la necesidad de incorporar este tipo de técnicas de investigación en proyectos que busquen captar las experiencias en movimiento, así como aportar en el desarrollo del patrimonio y el turismo en contextos no metropolitanos.

De la misma forma, se aprecia que, tras el trabajo de campo efectuado, los métodos móviles permiten observar dinámicas territoriales, espaciales, rítmicas, geográficas y

culturales propias de los territorios, donde existen marcadas distinciones respecto a los territorios metropolitanos.

Las técnicas de investigación utilizadas permitieron conocer cómo se desarrollan los viajes, generando transiciones espaciotemporales que muchas veces evocan instancias de placer, júbilo y recreación, pero también se tornan foco de tensión cuando el viaje planificado se tensiona con el viaje deseado.

Los trenes siguen presentes en la memoria histórica, la vida cotidiana y la planificación de los territorios, abriendo el debate sobre la relevancia de elementos patrimoniales materiales e inmateriales y su mutua dependencia en el fortalecimiento de la identidad ferroviaria.

Respecto a las movilidades turísticas, se debe señalar que muchas veces se efectúan en contextos de performatividad, y a medida que se desarrollan transforman los territorios y las relaciones económicas y culturales

BIBLIOGRAFÍA

- Jirón, P. (2012). Transformándome en la sombra. *Bifurcaciones*, 10.
- Riquelme, H. y Riquelme, M. (2018). Representando el espacio: experiencias de movilidad cotidiana a partir de la confección de mapas en La Araucanía, Chile. *Estudios Socioterritoriales*, 23.
- Sheller, M & Urry, J. (2016). Mobilizing the new mobilities paradigm, *Applied Mobilities*, DOI: 10.1080/23800127.2016.1151216.
- Urry, J. (2000). Mobile Sociology. *British Journal of Sociology*, 51.
- Wurth, M. (2014). Cartografías de la ciudad. Representación y estilización lingüística en mapas mentales de Buenos Aires. *Boletín de filología*, 49 (2), 311-349.

Mesa de Trabajo N°2: Los patrimonios en contextos no metropolitanos: Tensiones, rupturas, desafíos y oportunidades en la sociedad contemporánea

REPRESENTACIONES SOCIALES DE LA NATURALEZA E IMAGINARIOS TURÍSTICOS EN LA PATAGONIA CHILENA

Inostroza Villanueva Gabriel.

Campus Patagonia, Universidad Austral de Chile

INTRODUCCIÓN

La Patagonia chilena es un lugar reconocido por su alto valor ambiental y ecológico (Lozano & Carracedo, 2010), pero también es un área que vive un proceso de turistificación creciente. Para el caso de la región de Aysén, en el centro de la Patagonia chilena, el desarrollo turístico del área ha sido motivado por la presencia de destacadas áreas silvestres protegidas y por la denominada “Carretera Austral”, la cual se constituye en una ruta escénica para el turismo (Bachman, 2021; Guala et al., 2021). A su vez, los instrumentos de política pública de la región vinculan a dicha actividad con la ventaja competitiva de contar con una naturaleza bien conservada (Nuñez et al., 2020), lo cual, en tanto narrativa, ha sido motivado y ha resultado beneficioso para el sector turismo (Bachman, 2021).

En este marco, la presente investigación pretende explorar los imaginarios y representaciones sociales del significado del turismo en un área natural como lo es la Patagonia chilena por parte de distintos actores vinculados al sector. Esto permite visualizar posibles escenarios futuros sobre el turismo en áreas naturales silvestre y prístinas. Para esto se realiza un análisis del discurso de diferentes actores provenientes del sector privado y público del turismo, se revisan sitios de promoción turística oficial y, finalmente, se revisa el contenido de las políticas públicas regionales vinculadas al turismo.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Desde un enfoque constructivista la geografía del turismo asume al espacio turístico como una construcción social (González Reverté & Antón Clavé, Martínez Riquelme, 2019), relevando así el rol de los sujetos y las relaciones de poder en el devenir histórico de los territorios (Ortega Valcárcel, 2000). Al respecto, surgen dos tendencias principales en la argumentación constructivista sobre la naturaleza, la representacional o figurativa, y la material (Sæþórsdóttir, 2011). Ambas tendencias tienen como objetivo desnaturalizar la naturaleza, para entender su funcionamiento y evaluar su uso (Sæþórsdóttir, 2011).

La tendencia material pone el énfasis en las relaciones económicas, y tiene sus raíces en el debate de la sostenibilidad y la crítica al capitalismo entre los geógrafos críticos y marxistas (Sæþórsdóttir, 2011). Aquí básicamente se analiza cómo la naturaleza se transforma en un recurso natural por medio del proceso social y productivo: los recursos

no son, se convierten, no son estáticos, sino que se expanden y se contraen en respuesta a las necesidades y acciones humanas (Zimmermann, 1951).

La perspectiva representacional, por su parte, enfatiza en las construcciones sociales y culturales de los significados de la naturaleza (Castree, 2005). El término “construcción” se refiere a la forma en que el conocimiento de la naturaleza es producido activamente por ciertos individuos o grupos en lugar de ser una reflexión pasiva de la realidad (Sæþórsdóttir, 2011). Esto depende de la comprensión filosófica de los asuntos epistemológicos y ontológicos con respecto a la “verdad” y la “realidad”, en donde los construccionistas ven la realidad como producida socialmente, en lugar de entenderla con propiedades ontológicas fijas (Demerit, 2002; Sæþórsdóttir, 2011). En este sentido no hay forma de aprehender la naturaleza sino a través de los sentidos e intelecto del ser humano (Castree, 2005).

La literatura científica indica que las representaciones en torno a la naturaleza se pueden agrupar principalmente en dos grandes categorías, dialécticamente opuestas: aquellas que adhieren a una visión antropocéntrica y utilitaria de la naturaleza, y aquellas que adhieren a una visión biocéntrica (Escobar, 1999; Ingólfssdóttir & Gunnarsdóttir, 2020; Saarinem, 1998; Sæþórsdóttir, 2012). Ahora bien, dichas representaciones nunca son neutras, pues dependen del conocimiento previo de los sujetos y del contexto cultural en el que se encuentran (Demerit, 2002).

Ahora bien, la Patagonia, además de constituirse en un área de alto valor ambiental y paisajístico, suele usar como calificativo en su descripción, el ser una naturaleza en estado “prístino”. El concepto de prístino proviene de la palabra anglosajona *wilderness*, el cual ha sido definida como suelo sin cultivar y sin desarrollar, con ausencia del ser humano y la presencia de animales en estado salvaje (Nash, 2001; Sæþórsdóttir, 2011). La palabra *wilderness* se encuentra en el otro extremo del espectro rural-urbano y, a menudo, se piensa que es el más natural de todos los entornos (Tuan, 1990). Sin embargo, el tema de lo *wilderness* se ha desnaturalizado con el argumento que lo natural se construye principalmente a través del resultado de prácticas sociales, culturales y económicas (Hall, 2012).

El concepto de *wilderness* se enmarca en la corriente filosófica, artística y cultural del romanticismo, que se consolida en la segunda mitad del siglo dieciocho, la cual redime a la naturaleza a modo de nostalgia de una naturaleza original perdida, en donde el ser humano era parte de la naturaleza y no estaba desarraigado de ella. El romanticismo es una reacción a la industrialización y urbanización de la naturaleza, a su uso instrumental, a esa concepción de que la naturaleza está al servicio del ser humano, la cual hay que domesticar y usar tanto para progresar como para protegerse de sus peligros (Sæþórsdóttir, 2011; Urrutia et al., 2019). Es así como en ese período histórico emerge la admiración por lo sublime de la naturaleza y por un incremento de una visión de la naturaleza como espectáculo (Sæþórsdóttir, 2011). Un cambio importante en la era romántica fue que la naturaleza indómita dejó de ser la amenaza aterradora que había sido durante la Edad Media y en gran parte del sistema de creencia dominante judeo-cristiano. Más bien la valoración basada en el conocimiento y el razonamiento intelectual se convirtió en el fundamento de la admiración. Esta forma de ver y apreciar la naturaleza y evaluar la estética de los paisajes "que vale la pena ver" quedó tan profundamente

arraigada en la cultura euroamericana que se convirtió en un modelo para la fundación de la idea de parque nacional y de vida silvestre en los Estados Unidos, así como en otros lugares en el mundo occidental (Frost y Hall, 2009b; Nash, 2001; Sæþórsdóttir, 2011).

En este marco, los turistas se ven inspirados por lo sublime y lo pintoresco de la naturaleza y se sienten atraídos por ella (Nash, 2001). Esta representación de una naturaleza prístina se relaciona con el valor de existencia de la naturaleza, que se centra en la satisfacción que le genera al ser humano el saber que ciertas áreas naturales aún perviven, trascendiendo su valor económico. Y es aquí cuando el turismo puede servir como estrategia para volver al “paraíso perdido”, dado el afán de búsqueda de una extrema alteridad por parte del turista (Cohen, 2005), estableciendo así un imaginario turístico basado en la noción de “regreso a la naturaleza” (Hiernaux-Nicolas, 2002).

METODOLOGÍA

Se emplea un enfoque crítico para analizar discursos y contenidos de actores claves del turismo de la región de Aysén, Patagonia chilena. Es así como se realiza observación no participativa y entrevistas en profundidad. Asimismo, se revisa el contenido del sitio web de promoción turística oficial de la Patagonia chilena, denominado *chile.travel*. Finalmente, se analiza el contenido de los instrumentos de política pública del turismo de la región de Aysén, principalmente la Estrategia Regional de desarrollo de la región de Aysén, la Estrategia Regional de Innovación, Ciencia y Tecnología, y la Política Regional de Turismo (GORE Aysén, 2023).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados muestran representaciones divergentes, que coinciden en parte con la literatura, pero a la vez, le añaden nuevos elementos. Hay por un lado discursos que abogan por una mayor turistificación de la Patagonia, es decir, anhelos relacionados a una mayor inversión pública y privada en infraestructura que permitan acelerar el crecimiento del turismo de naturaleza en tanto negocio y actividad productiva. Esto implica que adhieren a una visión antropocéntrica de la naturaleza. Por otro lado, también es posible encontrar discursos relacionados al desarrollo de un turismo alternativo, que promueve la defensa y protección de la naturaleza, el desarrollo comunitario y el buen vivir. Es decir, narrativas que visualizan al turismo como un medio y no como un fin en sí mismo, discursos que pueden clasificarse dentro de una visión ecocéntrica de la naturaleza.

El elemento común de todas estas narrativas es que emplean el término silvestre o prístino para referirse a la naturaleza de la Patagonia, lo cual también coincide con la literatura (Bachman, 2021). Así, desde la perspectiva turística se resalta la idea de una naturaleza bien conservada. Esto coincide también con el contenido de las políticas públicas relacionadas al turismo, las cuales establecen sinergias virtuosas entre turismo y conservación (Núñez et al., 2020). Pero esto que pareciera significar un buen escenario para un desarrollo sostenible del turismo, se topa con el uso del discurso de la sostenibilidad como retórica discursiva que permite justificar la explotación de la naturaleza, por medio de un anhelo de crecimiento excesivo del turismo junto con las denominadas “migraciones de amenidad”, es decir, el fenómeno de las segundas residencias (turismo residencial) que acecha el devenir turístico de la Patagonia chilena.

En cuanto a la promoción turística, se aprecia una mayor turistificación de la Patagonia chilena en los sitios de promoción turística en los últimos años, en donde ha pasado de ser un discurso que explicita la existencia de una naturaleza prístina, a una narrativa que deja entrever la creciente turistificación del territorio (véase Cuadro 1)

Cuadro 1. Contenido de la promoción turística oficial del destino Patagonia chilena

<p>Ven a conocer montañas, fiordos, glaciares, bosques y estepas en uno de los pocos lugares del mundo que aún se encuentra inalterado: la Patagonia chilena (las negrillas son originales del texto). Fuente: http://www.chile.travel/es/donde-ir/patagonia/9 abr 2012).</p>	<p>En medio de los cinematográficos paisajes podrás descubrir ciudades y pueblos pioneros, donde se respira una historia ganadera y el estilo del gaucho de la Patagonia. Recorre en auto o bicicleta la Carretera Austral para maravillarte con lo mejor del norte de la Patagonia... (https://www.chile.travel/donde-ir/macrozona/patagonia-y-antartica/30 may 2023)</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia a partir de Chile.Travel

A su vez, el contenido de la Estrategia Regional de Desarrollo de la Región de Aysén resalta la noción del turismo como estrategia de desarrollo. A su vez resalta la idea fuerza que la conservación de la naturaleza se constituye en una ventaja competitiva para el desarrollo turístico de la Patagonia, estableciendo una alianza virtuosa entre turismo y conservación. Asimismo, incorpora el paradigma de la sostenibilidad como un enfoque de desarrollo, lo cual resulta coincidente con la literatura a escala global, en cuanto a la aceptación del paradigma de la sostenibilidad en todos los sectores productivos, entre ellos el del sector turismo (López Palomeque, 1999). A su vez, la Estrategia Regional de Innovación de la Región de Aysén, visualiza al territorio como un “Laboratorio natural”, lo que implica una representación social de la naturaleza como un objeto a ser investigado por la ciencia, lo que desvela una representación con un carácter neopositivista.

Ahora bien, se valora positivamente el hecho que las políticas públicas regionales incorporen el paradigma de la sostenibilidad, considerando el escenario de crisis global que acecha al planeta Tierra, dado el cambio climático y los conflictos sociopolíticos. En este sentido, es necesario enfatizar el compromiso con la vida humana y no humana en el planeta. No obstante, existen ciertos riesgos asociados a la fluidez y ambigüedad del paradigma de la sostenibilidad en cuanto a su real aplicabilidad (Hunter, 1997), lo cual se puede evitar articulando los esfuerzos del sector turismo en torno al cumplimiento de estándares globales de sostenibilidad (Consejo Global de Turismo Sostenible, 2022).

Finalmente, una hipótesis a trabajar en futuras investigaciones se relaciona a si el turista tiene un imaginario turístico asociado al “retorno al edén perdido”, como lo plantea Cohen (2005), y de “regreso a la naturaleza”, como lo plantea Hiernaux-Nicolas (2002). Si dicha hipótesis se confirma, existiría un círculo virtuoso entre turismo, conservación y deseos del turista, con consecuencias que habría que analizar en cuanto al proceso de turistificación del destino.

BIBLIOGRAFÍA

Bachmann, P. (2021). Meanwhile, in Aysén-Patagonia. Exploring discursive transformations on environment and development in a remote periphery [Doctoral dissertation, Wageningen University]. Research output Wageningen University & Research. <https://library.wur.nl/WebQuery/wurpubs/fulltext/553259>

González Reverté, F. & Antón Clavé, S. (Coords.). (2010). *A propósito del turismo: la construcción social del espacio turístico*. Universitat Oberta de Catalunya (UOC). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=338194>

Guala, C., Veloso, K., Farías, A. & Sariego, F. (2021). “Capítulo 18 Caracterización del desarrollo turístico asociado a las Áreas Silvestres Protegidas de la Patagonia chilena”. En J.C. Castilla., J. J. Armesto & M. J. Martínez-Harms, *Conservación en la Patagonia chilena. Evaluación del conocimiento, oportunidades y desafíos* (pp. 575-598). Ediciones UC.

Hiernaux-Nicolas, D. (2002). “Turismo e imaginarios”. En D. Hiernaux-Nicolas, A. Cordero & Van Duynen-Montijn, L. (Eds.), *Imaginarios sociales y turismo sostenible* (pp. 7-36). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).

Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850-867. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00036-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00036-4)

Lozano, P. & Carracedo, V. (2010). Descripción de la ornitofauna de la Patagonia chilena y aproximación a su valoración biogeográfica. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (54), 7-28. <http://hdl.handle.net/10902/2730>

Martínez Riquelme, P. (2019). “El turismo como objeto de estudio de la Geografía: preguntas para unas Geografías del Turismo”. En P. Martínez Riquelme & A. Garín Contreras (Eds.), *Medio Siglo de Geografías en la Araucanía* (pp. 159 – 184). Ediciones Universidad de la Frontera.

Núñez, A., Benwell, M. & Aliste, E. (2020). Interrogating green discourses in Patagonia Aysén (Chile): green grabbing and eco-extractivism as a new strategy of capitalism? *Geographical Review*, 112(5), 688-706. <https://doi.org/10.1080/00167428.2020.1798764>

Ortega Valcárcel, J. (2000). *Los horizontes de la geografía: teoría de la geografía*. Ariel.

Urrutia, S., Núñez, A. & Aliste, E. (2019). Naturaleza salvaje y agreste: los imaginarios de la naturaleza en la construcción del camino longitudinal Austral, Chile 1976-1990. *Magallania*, 47(2), 55-72. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22442019000200055>

Mesa de Trabajo N°2: Los patrimonios en contextos no metropolitanos: Tensiones, rupturas, desafíos y oportunidades en la sociedad contemporánea

LOS ARROYOS COMO ATRACTIVOS TURÍSTICOS. EL CASO DE LA TAPERA EN MAR DEL PLATA

Padilla Noelia Aymara.

Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar Del Plata

INTRODUCCIÓN

El partido de General Pueyrredon del sudeste bonaerense está atravesado por 15 cuencas de drenaje que tienen su nacimiento en las Sierras de Tandilia y culminan en el Océano Atlántico. La baja pendiente del terreno determina cursos escasos, permanentes y un escurrimiento de tipo meandriforme (MGP, 2022). Tal como detallan Bernasconi et al. (1995), las vertientes se subdividen en Norte y Sur. En el primer grupo puede incluirse al arroyo Seco, El Cardalito, Las Chacras, Los Cueros, de los Patos, Santa Elena, Camet, La Tapera y Del Barco y Del Tigre. Por su parte, los arroyos de la vertiente sur incluye al arroyo Chapadmalal, Lobería, Corrientes, Seco y Las Brusquitas.

Específicamente, en ciudad de Mar del Plata es posible reconocer parte del curso del arroyo La Tapera, El Cardalito, Las Chacras, Del Tigre y Del Barco, de los cuales sólo La Tapera permanece libre en su recorrido, el resto se encuentra parcial o totalmente entubados.

El desarrollo urbano y turístico de la ciudad de Mar del Plata como destino turístico de sol y playa masivo de Argentina, fue acompañado por el entubamiento de gran parte de sus arroyos. En este sentido, del Río et al. (2017: 197), explican “...Mar del Plata ocultó literalmente los arroyos que la surcan, mediante obras de ingeniería, al tiempo de su proceso de expansión urbana. La especulación inmobiliaria fue una fuerza impulsora de este proceso que incluyó, entre otros aspectos, la apropiación privada de sectores geomorfológicos altamente dinámicos de las cuencas fluviales y la pérdida casi total del paisaje fluvial en la trama urbana” El turismo de Sol y Playa posicionó al recurso playa fundamental para el crecimiento turístico de la localidad, quedando algunos espacios naturales, como los arroyos, escasamente valorados para el desarrollo de actividades turístico-recreativas.

A partir de lo detallado, la presente investigación tiene como objetivo analizar la valorización del arroyo La Tapera en la localidad Mar del Plata, como espacio de prácticas turísticas y recreativas, a lo largo del desarrollo urbano y turístico de la localidad. Es de destacar que sólo el curso medio y bajo de la cuenca atraviesa la ciudad, ya que su nacimiento si bien pertenece al partido de General Pueyrredon, se encuentra totalmente alejada del ejido de la ciudad de Mar del Plata, por lo cual la investigación está enfocada en el curso medio y bajo. A su vez intentará responder los siguientes interrogantes: ¿Qué sucesos históricos incidieron en la valoración turística del arroyo La Tapera? ¿Cuál es la potencialidad del arroyo La Tapera para el desarrollo de actividades turísticas-recreativas?

MARCO TEÓRICO

Son diversos los autores que, desde la Geografía del Turismo, analizan cómo los factores naturales, incluyendo al clima, el relieve y los recursos hídricos, inciden en la localización de la actividad turística (Mesplier, 2000; Lozato Giotart, 1991; Vera Rebollo et al, 1997; Callizo Soneiro, 1991). Entre ellos, Vera Rebollo et al. (2013:94) mencionan: “...el marco natural comprende diversos elementos que constituyen recursos turísticos y actúan o pueden actuar como factores de localización de la actividad turística” ... Así agregan que los ríos son escenarios turísticos destacados en los que se practican diversos deportes y actividades recreativas como los deportes de aventura, de auge en las últimas décadas. Por su parte, Lozato Giotart (1990) nos explica que las motivaciones de los turistas no están siempre relacionadas con el sitio natural, aunque la actividad turística dependa de él o lo utiliza.

El análisis de elementos naturales como atractivos, tiene en cuenta que su conformación como tal es una construcción social y no está determinada por sus atributos intrínsecos (Almirón, Bertoncello y Troncoso, 2006). En esta construcción intervienen “los intereses y las motivaciones de las sociedades de origen, mediados por discursos, prácticas, valores, costumbres, ideas, modas... y por el otro, los intereses y objetivos de las sociedades de destino” (Velázquez, 2018: 263). Por su parte, Bertoncello y Luso (2016), mencionan que el proceso de valorización de lugares para el turismo requiere: acondicionamiento del lugar y estatización; tematización y patrimonialización.

En relación al acondicionamiento, según Bertoncello y Luso (2016), estas acciones destacan atributos que singularizan cada lugar y los hacen accesibles a los turistas. Incluye acciones vinculadas con la construcción de accesos, lugares de exposición o ámbitos de interacción, entre otros. Por su parte, la tematización es entendida como el resultado de un proceso de construcción de una narrativa específica en torno a un tema, que permiten que ese lugar sea asociado con dicho tema y se vuelva atractivo para. Se suele recurrir a la historia, hechos del pasado o la cultura local. Un punto interesante que destacan los autores, es que “... la tematización es una estrategia privilegiada allí donde los potenciales atractivos no tienen individualmente una capacidad de suscitar interés, o donde carecen de singularidad suficiente, por lo que son organizados en función de un tema que les otorga sentido de conjunto y, así, relevancia”... (Bertoncello y Luso, 2016:113).

En relación al último punto, según Prats (2006), los procesos de patrimonialización responden, en primer lugar, a la sacralización de la externalidad cultural. Tal como detalla el autor, se trata de un mecanismo universal, intercultural, por el que toda sociedad define un ideal cultural del mundo y la existencia, y todo aquello que no cabe en él o lo contradice, delimita y desborda la condición humana y la capacidad de explicar y dominar la realidad. En segundo lugar, se encuentra la puesta en valor o activación, destacando la diferencia con poner en valor o valorar determinados elementos patrimoniales. En este sentido, los procesos de activación del patrimonio dependen fundamentalmente de los poderes políticos.

METODOLOGÍA

La metodología es cualitativa, de tipo exploratoria y analítica. Involucra diversas actividades que comprenden, en primer lugar, la caracterización del espacio de estudio a partir del relevamiento de datos geomorfológicos e hidrológicos in situ del arroyo La Tapera según el marco teórico- conceptual de Strahler y Strahler (1994) y Tarbuck y Lutgens (2005) y la información presentada en Padilla y Azcue Vigil (2023) para el arroyo en cuestión. Ello permite reconocer las geofomas del ambiente fluvial que se hallan

presentes, el tipo de red hídrica, las características de las corrientes que conforman la cuenca y su régimen. Queda claro de esta forma que la información proviene de fuentes primarias (observación de campo, toma de fotografías) y secundarias (revisión bibliográfica y documental, interpretación de imágenes satelitales del Google Earth).

Por otro lado, se estudia la valoración turística del arroyo La Tapera desde el momento de fundación de la ciudad de Mar del Plata hasta la actualidad. Tal como detalla Santos (1997) como una misma variable cambia de valor según el período histórico el análisis exige una periodización basada en cortes temporales. En este estudio se definen tres macro etapas: *fundación* (fines siglo XIX-principios siglo XX), *consolidación y crecimiento* (siglo XX) y *actualidad* (siglo XXI -actualidad). En cada período se analizan las características que asume el turismo en la ciudad por las particularidades del espacio local y la influencia de contextos más amplios y que valor se le otorgó al arroyo para el desarrollo de actividades turísticas y recreativas.. Los datos provienen de fuentes secundarias (revisión bibliográfica y documental, interpretación cartográfica).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La caracterización del espacio de estudio permitió conocer la base física-natural de la cuenca del arroyo La Tapera, ello resultó importante ya que el “...espacio geográfico (y por extensión sus elementos constituyentes) puede ser a la vez soporte y recurso de la actividad turística; pero también puede ser a la vez recurso y factor de localización”... (Gomez Martin, 1999:23). En este sentido se destaca que presenta una red de drenaje dendrítica de orden cuatro, con una corriente permanente, geoformas de erosión (meandros) y de acumulación (llanuras aluviales) en su curso medio y bajo (Padilla y Azcue, 2023). La pavimentación de calles aledañas al arroyo, en algunos tramos del curso medio e inferior, dificulta la infiltración en épocas de precipitación y aumenta el escurrimiento superficial, produciendo anegamientos en algunos barrios. La desembocadura genera la acumulación de agua permanente en forma de laguna en el Parque Camet, un área localizada al norte de la ciudad de Mar del Plata de 136 hectáreas, de las cuales 40 son forestales (MGP, 2023).

En relación a la valoración de las geoformas del ambiente fluvial como espacio turístico-recreativo, se destacan los siguientes sucesos en cada uno de los grandes períodos analizados:

Fundación de la ciudad de Mar del Plata: si bien se dejó circular libremente el curso, se desvió en 1900 y entubó en 1920, el arroyo Cardalito que se incorporó a su cuenca. Esto responde a una visión problemática de los cursos fluviales sobre el entramado urbano. Según Cutrera (2022) el proceso de entubamiento tuvo relación con: el mercado inmobiliario, los problemas de inundación; la necesidad de comunicar distintas partes de la ciudad y los criterios paisajísticos del momento. Eraso (2006: 25) explica que el Cardalito era visto “...tanto como un territorio de borde cómo un obstáculo del desarrollo urbano. Del mismo modo fue percibido como un área de riesgo ambiental y depósito de residuos”... Posteriormente agrega que su desvío se produjo en el curso medio a unos 5 kilómetros de su desembocadura hacia la cuenca del arroyo La Tapera “...Esta acción sólo constituyó un paliativo pasajero ya que los problemas continuaron por varios decenios”... (Eraso, 2006: 26). Por su parte, en la desembocadura, se conformó el Parque Municipal Juan Pedro Camet, cuyas tierras fueron donadas por la familia Camet al Club Mar del Plata en los primeros años del siglo XX.

Consolidación y crecimiento de Mar del Plata como destino turístico: Parque Camet comenzó a depender de la Municipalidad de General Pueyrredon, específicamente en 1957, y fue declarado posteriormente Reserva Forestal por Ordenanza N° 13410/00. La

desembocadura del arroyo tuvo un auge en la década de los años noventa relacionado a la recreación con la imagen del “Paseo de los Cisnes”, un espacio caracterizado por botes en forma de cisnes. El curso alto del arroyo se encontraba circundado por espacios rurales con actividades agrícolas ganaderas, ajenas a las prácticas turísticas. Por su parte, el curso medio tuvo un proceso de transformación producto de la expansión urbana y el surgimiento de áreas periurbanas. Aparecen áreas residenciales caracterizadas por vulnerabilidades económicas y urbanísticas. Sin embargo, también se conforman barrios que recibieron la categoría de Reservas Forestales Urbanas como la Reserva Forestal la Florida y la Reserva Forestal Montemar-Grosellar.

Actualidad: se observa el crecimiento de usos y actividades relacionadas a la recreación en su desembocadura. La Asociación Amigos del Parque Marplatense Camet desde el 2009 desarrolla actividades de recreación, deportivas y culturales. En el caso del curso medio, recorre áreas periurbanas y urbanas, con la presencia de barrios con vulnerabilidades económicas y sociales, y grandes problemas de accesibilidad en su recorrido que dificultan pensar en su potencial turístico. Se destaca la escasa cantidad de puentes que unen el litoral norte y sur del arroyo.

De este análisis se desprende que, en el partido de General Pueyrredon, la totalidad de los elementos del marco natural no actuaron como factores que incidieron en la localización de las actividades turísticas y promovieron por sí solos el desplazamiento de la población. Hubo un proceso de construcción de atractividad en torno al recurso playa, dejando otros espacios, como los arroyos, ajenos e incluso problemáticos frente al desarrollo urbano y turístico, esta mirada de los mismos llevó a su entubamiento. En virtud de que el arroyo La Tapera es el único de la ciudad de Mar del Plata que aún permanece libre en su recorrido, donde es posible observar geformas del ambiente fluvial, es necesario acciones que promuevan la recreación y el turismo de modo de potenciar modalidades turísticas alternativas al turismo de sol y playa, en este sentido se observan acciones políticas encaminadas a la puesta en valor de Parque Camet, área donde desemboca.

BIBLIOGRAFÍA

- Almirón, A; Bertoncello, R. y Troncoso, C. (2006). Turismo, Territorio y Patrimonio. Estudios y perspectivas en turismo, N° 12, Universidad Nacional de Buenos Aires, pp. 101-124.
- Bernasconi, M., Bó M., Cabria, F., Camino, M., Cionchi J., del Río J., Farenga M., Ferraro R., López de Armentia A., Malizia A., Malvares Miguez M. Martínez G. Martínez Arca J., Martínez M., Massone H., Müller M., Navarro, L., Olszewski, A., Osterrieth, M., Sagua M., Tomás, M., Vassallo, A., Vega. L., (1995). *Carta Ambiental del partido de General Pueyrredon* (Tomo 1). UNMDP.
- Bertoncello, R. y Iuso, R. (2016). Turismo urbano en contexto metropolitano: Tigre como destino turístico en el Área Metropolitana de Buenos Aires (Argentina). *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 26 (2), 107-125.
- Callizo Soneiro, J. (1991), Aproximación a la Geografía del Turismo. Editorial Síntesis. Madrid (España).
- del Río, J., Benseny, G., Oyarbide, F., Camino, M., Bó, M., Padilla, N. y De Marco, S. (2017). El paisaje fluvial en escenarios urbanos y periurbanos en el sudeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina. In Salinas Chavez, E., Di Mauro, C., Moretti, E. (Eds.), *Agua, recurso hídrico: bem social transformada em mercadoria* (pp. 192-213). Tupã: ANAP. ISBN 978-85-68242-56-8.

Diario La Capital (2022, agosto). *Los arroyos bajo el suelo de Mar del Plata. Una historia que pudo cambiar el paisaje urbano*. Entrevista a Claudia Cutrera. <https://www.lacapitalmdp.com/los-arroyos-invisibles-bajo-el-suelo-de-mar-del-plata-una-historia-que-pudo-cambiar-el-paisaje-urbano/>

Eraso, M. (2006). La cuenca del arroyo El Cardalito - Mar del Plata. *Nexos* 23, año 13.

Gómez Martín, B. (1999). La relación clima-turismo: consideraciones básicas en los fundamentos teóricos y prácticos. *Investigaciones Geográficas*, (21), 21–34. <https://doi.org/10.14198/INGEO1999.21.04>

Lozato Giotart, J. P. (1991). *Geografía del Turismo*. Editorial Síntesis. Madrid (España)

Mesplier, A. (2000). *Geografía del turismo en el mundo* / Alain Mesplier, Pierre Bloc-Durauffour; adaptación, Rafael Esteve Secall. -- Madrid : Síntesis.

Municipalidad de General Pueyrredon-MGP (2023). Parque Camet. <https://www.mardelplata.gob.ar/Contenido/parque-camet>

Padilla, N. y Azcue Vigil, I (2023). Análisis de la cuenca del arroyo La Tapera, Mar del Plata. Valorización y potencialidad turística-recreativa. *Revista Párrafos Geográficos*. En proceso de evaluación.

Prats, L. (2006). *Concepto y gestión del patrimonio local*. Institut Català d'Antropologia.

Santos, M. (1997). *Espaço y método*. Sao Paulo: Ed. Nobel.

Strahler, A. y Strahler, A. (1994). *Geografía Física*. Barcelona, Omega.

Tarback, E. y Lutgens, F. (2005). Corrientes de aguas superficiales. En: *Ciencias de la Tierra. Una introducción a la geología física*. Editorial Pearson.

Vera Rebollo, F.; López Palomeque, F.; Marchena Gómez, M. Y Antón Clave, S. (2013), *Análisis territorial del turismo y Planificación de destinos turísticos*. Editorial Tirant Humanidades. Valencia. España.

Vera Rebollo, F.; López Palomeque, F.; Marchena Gómez, M. Y Antón Clave, S. (1997), *Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo*. Editorial Ariel. Barcelona.España.

Mesa de Trabajo N°2: Los patrimonios en contextos no metropolitanos: Tensiones, rupturas, desafíos y oportunidades en la sociedad contemporánea

MIGRACIÓN DE AMENIDAD Y MOVILIDADES DEL POST TURISMO: EL CASO DE PURMAMARCA (JUJUY, ARGENTINA)

D'Angelo Gastón Hugo, Laiño Marcela.

Grupo de Investigación en Turismo, Universidad Nacional de Avellaneda

INTRODUCCIÓN

La investigación aborda como caso de estudio a la localidad de Purmamarca, ubicada en el Norte Argentino, a unos 64 km de la ciudad capital en la Provincia de Jujuy y a 2275 msnm, en la Quebrada de Humahuaca, a una distancia de aproximadamente 4 kilómetros de la RN 9 y el Río Grande.

La Quebrada fue declarada por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad en el año 2003, bajo la categoría de Paisaje Cultural, que se lo define como aquel que “*incluye una diversidad de manifestaciones de la interacción entre el hombre y su ambiente natural*” (Rössler, 1998: 50). En ese sentido, adquiere mayor visibilidad como destino turístico nacional e internacional a partir de un proceso de patrimonialización, especialmente desde el año de la nominación.

Como docentes investigadores del Grupo de Investigación GIET de la Universidad Nacional de Avellaneda, y luego de la realización del curso de posgrado Nuevos Paradigmas del Desarrollo del Turismo e Innovación en la Facultad de Turismo y Urbanismo (UNSL), surge la motivación de aplicar los conocimientos adquiridos. Es así que resulta de interés realizar el análisis de lo acontecido en la Quebrada de Humahuaca luego de la declaratoria y de ciertas evidencias del post turismo, en particular las migraciones de amenidad ocurridas en Purmamarca.

La actividad turística es, generalmente, analizada como causante de impactos y transformaciones sociales, culturales, económicas y medioambientales en cualquier tipo de espacio, en particular los naturales, rurales y litorales (Vera, 2011). Sumado a las migraciones que se vienen produciendo en el último cuarto del siglo XX y, con mayor énfasis, a principios del siglo XXI, estas manifestaciones son vistas como negativas y que modifican la identidad “*del local*” (entre otras cosas).

Esta concepción es tomada desde los organismos internacionales, como la UNESCO, como así también por organismos nacionales y regionales que trabajan por proteger el patrimonio cultural y natural, con criterios de autenticidad e integridad, para el disfrute de las generaciones presentes sin comprometer la posibilidad de satisfacciones propias de las generaciones futuras.

Para la presente investigación se plantean, principalmente, los siguientes interrogantes entre otros: ¿Purmamarca ha tenido un proceso de pérdida de identidad por el crecimiento de la actividad turística?, ¿Las migraciones de amenidad producen impactos en la comunidad y en el desarrollo local?, ¿Los nuevos migrantes tienen valores culturales diferentes a la comunidad local?, ¿El crecimiento turístico producido en los últimos años

podrá ser realmente sostenible?, y ¿Los destinos turísticos de montaña se transforman o transformarán en máquinas de capital?

Objetivo General:

- Conocer cuáles son las causas y consecuencias de las movilidades del post turismo producidas desde el año 2003 hasta el presente en la localidad de Purmamarca, Jujuy, Argentina.

Objetivos específicos:

- Analizar los impactos de las migraciones de amenidad en la localidad.
- Definir si la declaratoria de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio Mundial ha acelerado el proceso de tales migraciones.
- Estudiar si en la localidad sólo se producen migraciones de amenidad propias del turismo o si también ocurren por estilo de vida.
- Indagar cuáles son las características de turistificación que atraviesa el destino.
- Conocer si el auge del turismo experiencial trae como consecuencia las migraciones de amenidades en el lugar.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Respecto al post turismo implica un cambio de estatus en las áreas (territorios) y en las prácticas turísticas, y puede ser definido como “*un proceso de transición residencial y reconversión de los destinos turísticos que incluye nuevas estrategias residenciales de la población activa y retirada, que en la forma de migrantes de amenidad, se esparcen en los destinos turísticos*”. (González, Merlos, Contreras Moris, 2019).

Es así que estos espacios territoriales sufren una transformación de sus usos a causa del turismo enmarcadas en un contexto de globalización y postmodernidad como consecuencia del crecimiento de las prácticas y actividades turísticas en todo el mundo, en la cual la Quebrada de Humahuaca no queda exceptuada.

Tanto la migración de amenidad como el turismo se han convertido en factores que están modificando intensamente las zonas alejadas, en particular en relación al negocio inmobiliario, el acceso a la vivienda y el uso del suelo para las actividades productivas.

Según Moss (2006), la migración de amenidad se produce siguiendo ciertos patrones generales en el mundo, con dos configuraciones bien marcadas: a) una preferentemente en áreas de montaña y b) otra que integra estas áreas con áreas urbanas circundantes. Purmamarca, entonces, forma parte del primer grupo por sus características geográficas físicas. El mismo Moss brinda elementos para comprender el propósito de tales migraciones, cuando afirma que “*los migrantes por amenidad buscan residencias temporales o permanentes en sitios donde pueden elevar su calidad de vida, y son atraídos principalmente por lugares con cualidades medioambientales y culturales propias. Dentro de los factores que motivan a estos nuevos residentes a mudarse a pueblos de montaña pueden destacarse: una fuerte valoración del ambiente natural, diferenciación cultural y ocio, aprendizaje y espiritualidad*” (Moss, 2006, citado por González y Sánchez, 2011). Esta noción de los sucesos en pueblos de montaña, también

los podríamos analizar en otras áreas geográficas, como pueden ser las otras localidades de la Quebrada.

Cabe aquí aclarar que la diferencia sustancial que existe entre la migración de amenidad y otros tipos de migraciones es el ámbito de libertad de decisión del individuo o grupo, en el primer caso. Es posible inferir que estos desplazamientos se dan en la búsqueda de lugares alejados a los grandes conglomerados urbanos y que tienen cierta belleza paisajística en cuanto a lo natural, cambiando así de hábitat de una ciudad a una zona litoral, rural o natural.

Es así que *“la migración puede entenderse como el abandono de la localidad anterior de residencia y la búsqueda de un nuevo sitio para vivir, previsto como permanente”*. Desde este punto de vista, puede distinguirse del turismo en cuanto al deseo de permanencia estable como motivación principal del desplazamiento. La migración sería, entonces, un cambio de lugar de residencia, de una persona o grupo de personas, desde un medio conocido hacia otro relativamente desconocido, cuya materialización comprende, para Eisenstadt, tres fases: desplazamiento, emplazamiento y asimilación y es, en esta última, cuando se producen los mayores efectos modificatorios, tanto en el migrante como en la población adoptiva (Nakayama, Marioni, Lonacy Otero, 2012).

Por otro lado, un patrón común que Daniel Hiernaux vislumbra en los migrantes, que define *“como parte de los cuatro idearios básicos occidentales”* en vinculación con lo turístico “el descubrimiento del otro” a través de “ser reconocido por el otro”, de “reencontrarse con el otro”, visualizado en el sentido de pertenencia de los entrevistados a determinados grupos y por el espíritu asociativo con manifestaciones de solidaridad y ayuda recíproca relatado” (Hiernaux, 2002, citado por Otero, Gallego y Dupén, 2011).

Finalmente, es posible inferir que la motivación que prima en estos desplazamientos es la de mejorar la calidad de vida, el acceso a un trabajo rentable, educación de calidad, mejores condiciones de salud, progreso familiar y mejora social. Estos pueden darse en el plano local (dentro de la misma provincia), regional (entre las provincias de un sector determinado), nacional (entre las regiones del país), incluso internacional, por lo tanto, lo que el migrante cambia es de entorno ambiental y, por qué no, también de costumbres sociales y prácticas culturales.

Por otro lado, respecto al auge del turismo experiencial y su vinculación con las migraciones de amenidad en el destino, resulta interesante en primer lugar conocer el comportamiento del turista en su tiempo libre. Según Montironi (2016), la actitud turística está caracterizada por la búsqueda de una buena experiencia que además orienta su accionar a alcanzar la satisfacción creativa y recreativa, además de amplificar la potencia y receptividad de sus sentidos.

También, para el análisis del concepto de experiencia turística se aborda las consideraciones de los autores Adriana Otero y Rodrigo González (2011), quienes sostienen que *“la experiencia es una vivencia que se aleja de lo cotidiano para transformarse en algo memorable, capaz de contribuir a un enriquecimiento personal de la persona que la vive. Un producto turístico se puede considerar experiencia si es capaz de ser multisensorial, responsable, personal, generar conexión, único y cualitativo emocionalmente”*. Respecto a las experiencias memorables son aquellas que permanecen en la memoria del turista, establecen conexiones tanto a nivel físico como emocional, espiritual, social o intelectual y constituyen un elemento integral para compartir el conocimiento y conectar a los viajeros con la comunidad local.

Es así que, considerando a la experiencia turística como un proceso de búsqueda y desarrollo personal del viajero, es posible relacionar a las migraciones de amenidad con el auge del turismo experiencial donde el viajero toma contacto con el lugar visitado, experimenta actividades vinculadas con la naturaleza y cultura local. Además, se involucra a través de sus sentimientos y emociones para alcanzar una experiencia turística memorable.

METODOLOGÍA

Se propone conocer, analizar y describir las manifestaciones del post turismo producidas en los últimos años en la localidad de Purmamarca.

Tomando como punto de partida las migraciones de amenidad y movilidades turísticas en la localidad, se torna necesario abordar tales manifestaciones desde un enfoque inter y transdisciplinario basándose en los conceptos de migraciones de amenidad (Moss, 2006) y movilidades del turismo (Sheller & Urry, 2006).

El enfoque metodológico utilizado fue cualitativo y diacrónico. En cuanto al diseño es de carácter exploratorio y descriptivo con utilización de fuentes primarias (entrevistas en profundidad) y fuentes secundarias (artículos académicos, material bibliográfico, e informes estadísticos).

Mediante la revisión bibliográfica, el análisis comparativo de imágenes, el trabajo de campo y, en especial, las entrevistas realizadas, es posible reflexionar sobre las cuestiones ontológicas y epistemológicas del turismo en el marco de los actuales posicionamientos de las ciencias sociales y de un contexto global de hipermovilidad, en el que se consolida la hibridación turístico-residencial, y nuevas formas de turismo experiencial y vivencial, que significan nuevos contextos de descubrimiento.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Luego del trabajo de campo realizado y, en especial, el contacto con los entrevistados, damos cuenta que las causas de las migraciones de amenidad en Purmamarca se debieron fundamentalmente a la globalización e internacionalización de la migración en la región turística del Norte Argentino en general, por un lado, y a la promoción de la Quebrada de Humahuaca como destino turístico internacional, por el otro. Esto último se observa en las campañas publicitarias llevadas a cabo por la provincia de Jujuy, por el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) y por el área de gobierno vinculado al turismo a nivel nacional. También, al trabajo que se realizó desde el sector privado, como empresas de viajes y turismo, hoteles, prestadores de servicios turísticos y demás, que se han encargado de la difusión de los sitios y de atraer visitantes de rincones cada vez más alejados.

Es por esto que consideramos que, tanto las autoridades municipales como provinciales, tienen un rol clave y estratégico en el orden de gestionar y planificar el crecimiento sostenible del destino, para evitar los impactos y los problemas anteriormente mencionados. El desarrollo se debería enmarcar en los objetivos sostenibles, en particular en generar una comunidad socialmente equitativa, económicamente viable y medioambientalmente vivible.

Para lograr esto, se necesitará que los gobiernos se familiaricen con las movilidades del turismo y las migraciones de amenidad que se producen, en particular a partir del presente

siglo, con el fin de conocer las necesidades de las comunidades locales respecto de los nuevos migrantes. A su vez, será importante que todos los actores involucrados en la comunidad con así también en la actividad turística trabajen de manera activa, colaborativa y cooperativa por el bien común, siendo los nuevos quienes se tendrán que adaptar a los ritmos, tradiciones y manifestaciones culturales de los locales, para evitar, así, la pérdida de identidad característica de la localidad. Esto se podrá concretar con la formulación e implementación de políticas públicas que controlen el crecimiento a escala local, priorizando la población, los recursos naturales y culturales del destino y su entorno.

De esta forma, las autoridades locales deberán garantizar un contexto favorable para el desarrollo sostenible de Purmamarca, atendiendo al ordenamiento territorial, la conservación de los recursos naturales y la salvaguarda de los bienes y manifestaciones culturales que han logrado que la misma haya sido declarada por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad. Las políticas, por tanto, estarán orientadas al desarrollo de estrategias orientadas a la gestión de la migración de amenidad en tal localidad.

Las migraciones de amenidad y movilidades turísticas seguirán sucediendo y aumentando en los próximos años, principalmente en espacios vinculados a lo natural, rural y litoral. De ahí es que se presenta la necesidad de analizar e investigar cuáles son las manifestaciones del post turismo que se despliegan en base a lo ocurrido para diseñar las mejores estrategias de gestión y planificación para el desarrollo sostenible. En ese sentido se torna necesario planificar los espacios turísticos desde abordajes complejos con el fin de detectar los impactos y transformaciones con claridad y, poder así trazar las políticas públicas necesarias para gestionar estratégicamente y de manera sostenible los destinos turísticos en general, y la localidad de Purmamarca, en particular.

Finalmente, es posible inferir que las manifestaciones del post turismo analizadas en Purmamarca abren líneas y campos de investigación para el estudio de procesos con consecuencias similares en destinos turísticos poco estudiados.

BIBLIOGRAFÍA

Ávalos, P. (2017). La turistificación y transformaciones urbanas habitacionales en Purmamarca – Jujuy – Argentina. *Vivienda y Ciudad*. 4 (dic. 2017), 119–132.

González, R; Merlos, M y Contreras Moris, F. (2019). Post turismo en clave territorial. Una indagación teórica desde el diálogo posmodernidad-territorialidades. *Aportes y Transferencias*, 17(2), 49-64. ISSN 1669-8479.

González, R; Otero, A; Nakayama, L; Marioni, S. (2009). Las movilidades del Turismo y las migraciones de amenidad: Problemáticas y contradicciones en el desarrollo de centros turísticos de montaña. *Revista Norte Grande*. 44. Instituto de Geografía. Pontificia Universidad Católica de Chile. 75- 92 pp.

González, R.; Mendieta, M. (2009) Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, nº 23, 111-128.

González, R.; Mantecón, A. (2014) Turismo y negocio inmobiliario: la crisis de un modelo de desarrollo. Tres casos de estudio de Canadá, Argentina y España. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Vol 23. N 4. pp. 685-705.

McIntyre, N. (2012) Movilidades, Estilos de vida y Mundos Imaginados. En: Otero y González (Eds.) La Sombra del Turismo. Movilidades y desafíos de los destinos con migración de amenidad. Educo, Neuquén.

Montironi, N. (2016). Sociología del turismo y del tiempo libre. Editorial Autores de Argentina. Buenos Aires. Argentina.

Moss, L. (2006) Next steps and the longer view. In: Moss, L. The amenity migrants. Seeking and sustaining mountains and their cultures. Trowbridge: Cromwell Press.p. 309-319.

Moss L. y Glorioso, R.S. (2012) Nuevas indagaciones sobre la Migración de Amenidad y su futuro. En: Otero y González (Eds.) La Sombra del Turismo. Movilidades y desafíos de los destinos con migración de amenidad. Educo, Neuquén.

Sheller, M. & Urry J. (2004) Places to play, places in play. En: Sheller, M; Urry, J. Tourism Mobilities. Places To Play, Places In Play. Routledge, London, p.1-10.

Tommei, C. (2016). Dibujar para conocer. Estrategias metodológicas para investigar las transformaciones de un pueblo patrimonial y turístico (Purmamarca, Quebrada de Humahuaca Jujuy). Revista hábitat inclusivo. Artículo N° 08.

Mesa de Trabajo N°2: Los patrimonios en contextos no metropolitanos: Tensiones, rupturas, desafíos y oportunidades en la sociedad contemporánea

EXPERIENCIAS DOCENTE Y/O EXTENSIÓN

SISTEMA INTEGRADO PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA PARA EL DESTINO NAHUELBUTA

Oyarce Ortuya Fernando, Cofre Fica Cristian, Toledo Fierro Carolina, Santander Massa Rodrigo, Stern Britzmann Alberto.

Instituto Iberoamericano de Desarrollo Sostenible, Universidad Autónoma de Chile

El proyecto “Sistema integrado para la gestión de la innovación turística para el Destino Nahuelbuta”, se desarrolla en el marco del Fondo de Innovación para la Competitividad Regional de la Araucanía 2020, y ha sido implementado por un equipo de trabajo del Instituto Iberoamericano de Desarrollo Sostenible (IIDS) de la Universidad Autónoma de Chile, el cual abarca las comunas que componen dicho destino, Traiguén, Lumaco, Los Sauces, Purén y Angol, se ejecutó entre los años 2020- 2022, tiempo tras el cual se desarrolló una propuesta que busco posicionar a las comunas parte del Destino y sus atractivos a nivel regional, nacional e internacional.

El programa SINTUR Nahuelbuta recoge conocimientos y herramientas de planificación específicos del sector turístico, que además de brindar fundamentos técnicos de base y coherencia formal a la estructura del programa, son el punto de partida para instalar una conversación en la que los propios actores turísticos se hacen cargo del sentido y el propósito del trabajo colectivo que se lleva a cabo en la construcción de su propio destino. A continuación, se describen algunos de estos conceptos clave detallando la manera en que el programa los recoge e implementa.

La teoría del Ciclo de Destino fue formulada por el Doctor Richard Butler, y ha sido reconocida por la Organización Mundial del Turismo (OMT), como un aporte destacado en los ámbitos de la capacitación y la sostenibilidad del sector.

Según Butler (1989) “un destino turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos/servicios, y comprende 6 etapas: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento, y declive o rejuvenecimiento. Aunque es importante aclarar que no todos los destinos pasan por todas las etapas, esto dependerá de la naturaleza con que se desarrollen.”

“El modelo teórico del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (CVDT) realiza un análisis de las fases evolutivas del desarrollo de un destino turístico a partir de los cambios en el crecimiento de los visitantes (turistas) que recibe y la consecuente expansión de las infraestructuras tanto de alojamiento como de transporte, dando especial relevancia a la planificación y gestión que acompañan a este desarrollo así como a la caracterización de los visitantes, de los locales y de la relación entre ambos.”

El Programa SINTUR Nahuelbuta se hace eco de la aplicación de esta teoría en las herramientas de planificación a nivel nacional, en particular en el Informe de Intensidad

Turística y Definición de Destinos Turísticos. En este ejercicio metodológico, se invita a los actores turísticos a participar de la reflexión en torno al proceso turístico en sí, enfatizando la necesidad de identificar diferentes escalones en un ciclo de destino, siendo fundamental llevar a cabo acciones coherentes con la etapa en la que cada destino se encuentra y el tipo de destino del que se trata.

El Servicio Nacional de Turismo administra el catastro oficial de atractivos turísticos del país, los que se han clasificado, basándose en la metodología diseñada para elaborar inventarios turísticos, desarrollada en la década del 70 por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR) con el apoyo de la Organización de Estados Americanos (OEA).

Según sus características geográficas y su vocación turística se reconocen, distintos tipos de destinos turísticos en Chile, entre los cuales se encuentran los siguientes: Litorales; urbanos; rurales y de naturaleza; de montaña; lacustres y fluviales e insulares.

La conversación que se lleva a cabo en las diferentes actividades del proyecto ha puesto énfasis en la necesidad de estudiar y difundir esta clasificación de destinos, como un primer paso fundamental en la instalación de una conversación turística en el territorio. La implicación de autoridades locales, equipos de trabajo municipales y asociaciones turísticas debe encauzarse en un diálogo fructífero con los fundamentos de la planificación turística, más que encargar asesorías que resuelvan el problema desde un escritorio, sin permear en el propósito conjunto que se busca intencionar desde una óptica de desarrollo local.

El Índice de Intensidad Turística tiene como objetivo medir la intensidad y/o volumen respecto al comportamiento turístico comunal, mediante el cálculo de una puntuación global para cada una de las comunas del país. Valorando cuales poseen una mayor actividad turística según una serie de variables de oferta y demanda turística transversales. La versión actualmente en vigencia data del año 2018 y se elabora en base a datos del 2016.

A partir de lo anterior, se tienen 89 destinos turísticos (41 consolidados, 34 emergentes y 14 potenciales), los cuales abarcan alrededor de 200 comunas y representan, cerca del 84% de las ventas de empresas relacionadas con actividades características del turismo (Ingresos por turismo).

La legislación Turística Chilena fija el procedimiento para la declaración de zonas de interés turístico: “ f) Destino turístico: Espacio geográfico, delimitado física y administrativamente, conformado por un conjunto de atractivos turísticos naturales, culturales; servicios turísticos; equipamiento e infraestructura complementarios; condiciones de accesibilidad; imagen; recursos humanos e identidad local, que motivan el desplazamiento de turistas y el desarrollo de actividades turísticas asociadas”. Factores claves son la presencia de servicios turísticos registrados en Sernatur y atractivos turísticos de todas las jerarquías.

El Programa SINTUR Nahuelbuta resalta el carácter “Potencial” del destino turístico y se sitúa en esta etapa inicial y cuantitativamente más baja dentro de la escala de destinos como una forma de ajustar sus expectativas de resultados en términos de innovación y competitividad y enfocar sus esfuerzos en la creación de las condiciones habilitantes para la conformación de un ecosistema turístico que sea capaz de aportar al territorio desde la mirada del desarrollo local sustentable.

Por otra parte la Agenda para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, “plantea 17 objetivos que constituyen un llamamiento universal a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y mejorar las vidas y las perspectivas de las personas en todo el mundo.” “Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) actúan como una brújula a la hora de armonizar los planes nacionales,” “distinguiendo tres elementos básicos: el crecimiento económico, la inclusión social y la protección del medio ambiente.” “Estos elementos están interrelacionados y son todos esenciales para el bienestar de las personas y las sociedades.”

El desarrollo sostenible se ha definido como el “desarrollo capaz de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades.” “El desarrollo sostenible exige esfuerzos concentrados en construir un futuro inclusivo, sostenible y resiliente para las personas y el planeta.”

Recogiendo un compromiso institucional arraigado en la UA, el Programa SINTUR Nahuelbuta propone una forma de desarrollo turístico capaz de incorporar la sustentabilidad como un valor compartido que instala el bienestar de las personas y las sociedades en el centro de la conversación.

En suma, la conversación turística llevada a cabo por el SINTUR Nahuelbuta, busca echar mano a este conjunto de referentes técnicos y valóricos de manera de ilustrar en términos simples y concretos cuáles son las coordenadas en torno a las cuáles se debe orientar, sin caer en una sobre determinación teórica de qué es lo que el destino puede ofrecer.

La apropiación de la frase “Lo importante no es el destino, sino lo que se hace con el”, habla de la búsqueda de un equilibrio entre las bases y fundamentos técnicos del turismo y el carácter humanista de esta práctica, que desafía a la construcción colectiva de un referente identitario que logra vitalizar el patrimonio y las manifestaciones y no sólo el paisaje y los atractivos naturales.

Esta convicción cobra especial importancia en un destino que no cuenta con la monumentalidad natural de los destinos más consolidados de la región y que es visitado por personas que buscan experiencias culturales en contacto con creadores locales y el descubrimiento de las raíces y el patrimonio inmaterial.

Este énfasis en los fundamentos técnicos y valóricos de la disciplina obedece a la necesidad de contrarrestar una cultura de discusión turística en la que muchas veces prevalecen las impresiones subjetivas de lo que pudo observar la autoridad de turno en sus vacaciones en el extranjero, por sobre una reflexión territorial más profunda que comprende las vocaciones turísticas y propone instancias colectivas que involucran a la comunidad en torno al descubrimiento de sus propias riquezas.

La conversación turística busca situarse en este tránsito desde sensaciones subjetivas y la necesidad de respuestas tangibles que puedan hacerlas realidad. Aporta con datos e impresiones técnicas y valóricas, no para aguar la fiesta con tecnicismos “de oficina” sino para brindar coherencia y robustez a la información disponible y a las opiniones de los actores involucrados, tanto a nivel de emprendedores, como de organismos públicos.

MESA DE TRABAJO 3

Los circuitos
turísticos
patrimoniales como
ejes motivadores
del turismo cultural
y comunitario
(desde un abordaje
de sustentabilidad)

— ■
XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023
■ —



Mesa de Trabajo N°3: Los circuitos turísticos patrimoniales como ejes motivadores del turismo cultural y comunitario (desde un abordaje de sustentabilidad)

TURISMO COMUNITARIO URBANO EN BARRIOS POPULARES DE BUENOS AIRES. INDICADORES DE CALIDAD EN LA GESTIÓN DE MICRO EMPRENDIMIENTOS: LOS CASOS DE AJAYU EN EL BARRIO MUGICA Y EL MUSEO COMUNITARIO EN LA ISLA MACIEL

Pedetti Marlene Roxanna, Iglesias Cristina.

Universidad Nacional de Quilmes.

Lellis-Mees Luiz Alexandre.

Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Palabras clave: turismo comunitario urbano, indicadores de calidad, sostenibilidad, gestión de micro emprendimientos turísticos, barrios populares

RESUMEN

El turismo comunitario aparece como una alternativa a los modelos de desarrollo hegemónicos a finales del siglo XX. Caracterizado por incorporar elementos con el fin de promover la conservación de los patrimonios de los territorios que se visitan (entornos naturales, manifestaciones culturales y comunidades locales), se basa en estrategias que brindan la inclusión social y la integración local de la comunidad a las prácticas turísticas. Frecuentemente tomado como antídoto y alternativa al turismo masivo, aparece gestionado en espacios vulnerables urbanos. En Ciudad y Provincia de Buenos Aires, dos ejemplos se destacan en la actualidad: las iniciativas del colectivo Ajayu en el Barrio Mugica y la creación de un Museo Comunitario en la Isla Maciel, objetos de estudio de la presente investigación. Los objetivos principales son caracterizar los servicios turísticos ofrecidos y evaluar la calidad de la gestión de los micro emprendimientos que tienen lugar en los dos barrios populares. La investigación tiene un carácter exploratorio y descriptivo, a partir de una metodología que privilegia la revisión bibliográfica y la observación (participación pasiva y observación participante). Como herramientas se propone el cuestionario y la entrevista en profundidad, analizando los datos bajo el diseño de estudio de caso.

INTRODUCCIÓN

El turismo comunitario (TC) es un modelo de gestión de emprendimientos turísticos de diferente envergadura pero generalmente concentrado en la pequeña escala y que en Latinoamérica han florecido hace varias décadas, especialmente ligados al desarrollo del turismo en espacios rurales y/o de pueblos originarios. Sin embargo, por su carácter de desarrollo inclusivo y sostenible, diferente de otros modelos tradicionales, respetuoso con el ambiente, la cultura y sus patrimonios (Cañada, 2013; Cabanilla, 2018; Hruby et al, 2019), también se ha desarrollado en espacios urbanos, en comunidades tanto tradicionales como diversas, históricamente desplazadas e invisibilizadas (Somoza, 2011).

En ese contexto **nos interesa reflexionar** acerca de los modelos de gestión de dos micro emprendimientos que se ajustan y se autodenominan de turismo comunitario en el contexto metropolitano: el caso de Ajayu, cooperativa integrada por vecinos del Barrio Mugica, Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y el caso de la Asociación Civil Museo Comunitario Isla Maciel, ubicado en el partido colindante partido de Avellaneda. Tratamos de responder a las siguientes **preguntas** orientadoras: ¿cuántos y cuáles son los tipos de servicios que presta cada asociado en el emprendimiento? ¿Cada persona tiene tareas fijas o van rotando? ¿Participan sólo los sujetos sociales implicados o se abre a otras relaciones comunitarias? ¿Cuáles son los principios organizadores de los servicios brindados? Estos emprendimientos, ¿están ligados a políticas públicas? ¿Cuáles son las tensiones observadas en el campo? ¿Se pueden obtener diferentes indicadores que permitan gestionar eficientemente estos emprendimientos? ¿Se podrán obtener resultados coincidentes entre ambos emprendimientos?

Los **objetivos** de la presente investigación son: i) caracterizar los principales servicios turísticos ofrecidos por cada uno de los colectivos organizadores y ii) evaluar la calidad de la gestión de este tipo de micro emprendimientos que tienen lugar en barrios populares, en un marco de sostenibilidad.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

1. Prácticas turísticas en territorios vulnerables

La UN Habitat - agencia de las Naciones Unidas- define como "*slum*" a algunos territorios generalmente urbanos, presentes en las principales ciudades del mundo, especialmente en el "Sur Global". Se presentan como áreas "degradadas" de dichas ciudades, caracterizadas por viviendas frágiles e inseguras donde es común la no-existencia o la precariedad de infraestructura (saneamiento, el transporte público, pavimentación, entre otros) y la no-regularización de tierras. Su formación responde a causas diversas, históricas y políticas que deben analizarse en su contexto para cada caso. Sin embargo, estos espacios poseen relevancia social y académica ya que están en relación directa con el crecimiento económico, social y demográfico. Por resultar casi imposible y ambiguo tratar de definir estos lugares como un tipo particular de entidad espacial (Nuisl & Heinrichs, 2013 citado por Gómez, López y Lellis-Mees, 2019), en este trabajo de investigación se hará referencia a este contexto territorial con el nombre de *barrio popular* desde la concepción de Canestraro (2013 citado por Gómez, López y Lellis-Mees, 2019), en donde lo popular está relacionado con una forma de producción urbana, de construcción del hábitat que se realiza desde los conocimientos vernáculos, dinámicas sociales, tradiciones y creatividad local, una producción que se hace por fuera de las lógicas del mercado y de las políticas públicas.

En Argentina se entiende por barrio una subdivisión de una ciudad o pueblo, que suele tener identidad propia y cuyos habitantes cuentan con un sentido de pertenencia.

Según el Ministerio de Desarrollo Territorial y Hábitat de la República Argentina²²

"Se considera Barrio Popular a los barrios vulnerables en los que viven al menos 8 familias agrupadas o contiguas, donde más de la mitad de la población no cuenta con título de propiedad del suelo ni acceso regular a dos, o más, de los servicios básicos (red de agua corriente, red de energía eléctrica con medidor domiciliario y/o red cloacal)".

2. Turismo comunitario urbano (TCU)

Uno de los primeros autores en introducir el término TBC es Dernoit (1988):

²² <https://www.argentina.gob.ar/noticias/barrios-populares>

“El turismo de base comunitaria es un conjunto de servicios (y características) de hospitalidad ofrecidos a los visitantes por parte de individuos, familias o una comunidad local. Un objetivo prioritario del turismo de base comunitaria, es establecer una intercomunicación directa y un mutuo entendimiento personal/cultural entre anfitriones e invitados” (Dernoi, 1988:89, citado por Pearce, 1992: 18 en Fernández Aldecua:38).

Esta definición genera algunos interrogantes y ha evolucionado bastante desde entonces. En cuanto al TC, aparece por primera vez en la obra “*Tourism: A Community Approach*” de Murphy en 1985 con un enfoque ecológico y comunitario que a fecha sigue teniendo vigencia y constituye su diferenciación frente a otros tipos de gestión (Navas-Ríos, 2019:145)

Hoy en día, se lo asocia con la justicia social por su capacidad de asegurar un reparto más equitativo de los beneficios económicos y sociales del turismo, se lo asocia también a mecanismos de participación colectiva más democráticos (toma de decisiones consensuadas) y, en general, con el desarrollo sustentable (Beeton, 2006)

Por último, el turismo comunitario, al ser entendido como un modo de planificación y gestión, puede ser aplicado tanto a contextos rurales como urbanos donde prima la actividad económica asociativa compuesta por múltiples productos y servicios turísticos en los cuales la cooperación, la autogestión, la asociatividad, la solidaridad, las relaciones comunitarias, la producción local, los sujetos sociales y su identidad y cultura, son principios organizadores.

METODOLOGÍA

Se consideró un **tipo de investigación exploratoria y descriptiva**.

Para la obtención de fuentes de información se utilizó una **técnica mixta** que constó de **revisión de bibliografía** que permitiera identificar indicadores de calidad para el modelo de gestión comunitaria de emprendimientos turísticos en barrios populares pero en un marco de sostenibilidad (Calle, 2019:50-75; Roux, 2013). La selección de los indicadores permitió establecer el diseño de herramientas apropiadas para la recolección de información.

Otras técnicas aplicadas fueron la **observación** (participación pasiva y observación participante), con ayuda de la herramienta del **cuestionario** como apoyo, con los indicadores ajustados en cada uno de los ejes que no deben faltar en este tipo de gestión del turismo. Por último, también se empleó la técnica de la **entrevista en profundidad** a los actores locales y responsables por los micro emprendimientos, que contribuyó a afirmar las observaciones realizadas.

El procesamiento requirió de cinco fases de trabajo, a saber:

1. Determinación del marco conceptual y operativo;
2. Diseño de un sistema de indicadores y recogida inicial de datos;
3. Sistematización de información cualitativa y tratamiento del sistema de indicadores;
4. Implementación de los instrumentos específicos;
5. Evaluación de resultados.

Las actividades se analizaron bajo el diseño de **estudio de caso**.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este estudio, que, si bien es un avance preliminar, hemos logrado identificar las características principales del modelo de gestión de turismo comunitario, aplicado a las iniciativas del colectivo Ajayu en el Barrio Mugica y al Museo Comunitario en la Isla Maciel.

Las tareas desarrolladas en las fases planteadas permitieron definir y organizar los criterios e indicadores, tomando de referencia el marco conceptual del desarrollo

sostenible; la recogida de datos cuantitativos y cualitativos, así como la observación participante y la realización de entrevistas a integrantes de ambos emprendimientos y la revisión de fuentes secundarias.

Para el análisis, se consideraron seis ejes [1] para el análisis del Turismo comunitario: la estructura organizativa de la comunidad - la revitalización de la cultura a través de sus saberes y técnicas - la gestión del territorio - la economía solidaria - las características de gobierno participativo y sus articulaciones - la calidad de la oferta y la mejora de la calidad de vida de los habitantes locales. Se identificaron indicadores para cada eje, que se aplicaron según las particularidades existentes en los territorios en estudio.

Entre los principales servicios ofrecidos por ambos emprendimientos se destacan:

A. Isla Maciel

La cooperativa del museo comunitario de la isla Maciel se formó en el año 2014 por vecinos y docentes de la Escuela Secundaria N° 24 Argentino Valle ubicada en el barrio. Su principal objetivo es recuperar la historia del barrio, su relación con el antiguo puerto del Riachuelo y los inmigrantes, a través de fotos y objetos aportados por los vecinos para contar dichas historias. El museo funciona en el Galpón Enviñón y Camino de la Ribera. Sus instalaciones se componen de un auditorio, una biblioteca y una sala de muestras donde se exhiben las fotos y objetos que cuentan la historia del barrio. También lleva adelante el proyecto de Muralismo Comunitario, proyecto “Pintó la Isla” que consiste en pintar paredones y casas del barrio con la participación de reconocidos muralistas, alumnos secundarios y vecinos. Mensualmente se organizan visitas guiadas por el barrio, visitando el museo y mostrando los murales.

Las actividades realizadas por la cooperativa fomentan la participación y el intercambio entre los vecinos, los alumnos y los artistas, generando un sentido de pertenencia y de identidad con el barrio. Asimismo, permiten expresar la creatividad, el talento de los artistas y difunden su obra. Además, revitaliza el espacio público, transformando las paredes grises en murales coloridos y atractivos.

La reciente puesta en funcionamiento del puente transbordador Nicolás Avellaneda aporta varios beneficios, tanto para los vecinos como para los visitantes. Facilitando el acceso y la comunicación entre las comunidades de ambos lados del río. Asimismo, permitirá la recuperación y preservación del patrimonio histórico y cultural de la zona, que es parte de la identidad y la memoria de los habitantes de La Boca y la Isla Maciel. Fomentará el turismo y el desarrollo local, generando una oferta atractiva y diferente para conocer las dos orillas del Riachuelo y sus proyectos culturales y sociales.

B. Barrio Mugica

La cooperativa Ajayu de turismo comunitario, es un proyecto que busca mostrar la cultura, la historia, la gastronomía y las tradiciones de este barrio popular, que ha sido estigmatizado y precarizado por años. Entre otros servicios, ofrece recorridos por el barrio Padre Mugica, también conocido como Villa 31, en Buenos Aires. Además de los recorridos, Ajayu realiza otras actividades relacionadas con el turismo comunitario y la cultura popular. Por ejemplo, organizan talleres de capacitación y sensibilización sobre temas como el cooperativismo, la comunicación, la historia y la identidad del barrio. También participan de eventos y ferias donde difunden su propuesta y venden productos artesanales y gastronómicos. Asimismo, colaboran con otras organizaciones del barrio en proyectos de mejoramiento urbano, ambiental y social. Finalmente, apoyan iniciativas culturales y artísticas que se desarrollan en el barrio, como el cine comunitario, el teatro popular y la música andina.

Entre los principales beneficios que aporta este tipo de gestión comunitaria se destacan: Las actividades que desarrollan ambas cooperativas permiten generar ingresos para las familias que participan de la cooperativa y para otros emprendedores y emprendedoras

locales que ofrecen sus productos y servicios a los visitantes. Así mismo visibiliza y pone en valor la riqueza cultural, histórica y gastronómica del barrio, como también sus luchas y sus logros. Además, permite romper con los prejuicios y los estereotipos que existen sobre el barrio y sus habitantes.

El turismo comunitario en barrios vulnerables enfrenta varios desafíos, tanto internos como externos, para su consolidación y sostenibilidad. Algunos de estos desafíos son: Lograr una mayor difusión y reconocimiento de su propuesta turística, tanto entre los potenciales visitantes como entre las autoridades y las instituciones del sector, mantener la cohesión y la participación de sus integrantes, respetando la diversidad y la autonomía de cada uno, gestionar los recursos económicos de forma transparente y equitativa, buscando la sustentabilidad y la calidad de su oferta y articular con otras organizaciones sociales y comunitarias del barrio y de otros territorios, para fortalecer el movimiento de turismo comunitario y solidario en el país.

Estos desafíos requieren de un trabajo conjunto y participativo entre las comunidades, las instituciones, las organizaciones y los agentes turísticos, para generar propuestas que respeten los valores culturales, sociales y ambientales de los barrios vulnerables y que contribuyan a su desarrollo integral.

BIBLIOGRAFÍA

Beeton, S. (2006). *Community Development Through Tourism*. Collingwood: Landlinks Press.

Blau, C. (27 de abril de 2018) Dentro del polémico mundo del turismo de barrios marginales. *National Geographic*. Disponible en línea en: <https://www.nationalgeographic.es/viaje-y-aventuras/2018/04/dentro-del-polemico-mundo-del-turismo-de-barrios-marginales>

Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. *Siembra*, 5(1), 121-131.

Calle, A. (2019). Análisis de la gestión del turismo comunitario en el Parque Nacional Yasuní caso: nacionalidad Waorani, provincia de Orellana (Tesis de pregrado). Universidad UTE, Quito, Ecuador.

Calle-Calderón, A., Salazar Duque, D. (2021). Indicadores de gestión comunitaria a partir de losejes del turismo comunitario. Caso: emprendimientos de la nacionalidad Waorani en Yasuní

Cañada, E. (2013). *Turismos en Centroamérica. Un diagnóstico para el debate*. Managua: Editorial Enlace.

Cañada, E., Murray, I. (2019). Introducción. Perspectivas críticas en turismo. En E. Cañada e I. Murray. *Turistificación global. Perspectivas críticas en turismo* (pp. 7-34). Barcelona: Icaria Editorial.

de Klerk, J. (19 de agosto de 2022). Turismo de barrios pobres: ¿Antiético o beneficioso? Zibarna. Disponible en línea en: <https://zibarna.com/es/general-es/turismo-de-barrios-pobres-anti-etico-o-beneficioso/>

Fernández Aldecua, M. (2011). Turismo comunitario y empresas de base comunitaria turística: ¿estamos hablando de lo mismo? (Ensayo). *El Periplo Sustentable*. (20):31-74. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193417856003>

Gómez, J., López, L. y Lellis-Mees, L.A. (2019). ¿Por qué vienen los turistas? Estudio comparado entre las favelas y barrios populares de Medellín. *Revista Criterio Libre*, 17 (31), 363-382.

Hruby, R., Cortés, R., Conde, M., & Abraham, Y. (2019). El turismo comunitario como modelo de desarrollo sustentable en Argentina. *IX Simposio internacional y XV Jornadas de Investigación. CONDET 2019, Misiones*.

Lara, R. & Espinosa, R. & Vila, G. & Lendech, E. & Sánchez Soldevilla, F. (2021). PARTICIPACIÓN COMUNITARIA indicadores de turismo sostenible. 10.13140/RG.2.2.31367.93608.

Lopez, A. & Izcara, C. (2023). Slum tourism. Controversias en torno al turismo y la pobreza. Alba Sud Editorial, colección Informes en Contraste, núm. 23.

Mekawy, M. A. (2012). Responsible slum tourism: Egyptian experience. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2092–2113. <http://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.006>

Mora Forero, J.A. & Motato Ramírez, J.W. (2019). *Turismo comunitario en Colombia: desarrollo social y sostenibilidad*. Bogotá: UNIMINUTO.

Muldoon, M., & Mair, H. (2016). Blogging Slum Tourism: A Critical Discourse Analysis of Travel Blogs. *Tourism Analysis*, 21(5), 465–479. <http://doi.org/10.3727/108354216X14653218477525>

Navás-Ríos, M. E. (2019). Revisión sistemática del concepto turismo comunitario. *Saber, ciencia y libertad*, 14(2), 144-162.

Roux, F. (2013). Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios. FEPTCE. Estudio completo. 2013. Turismo Comunitario Ecuatoriano, Conservación Ambiental y Defensa de los Territorios.

Seaton, T. (2012). Wanting to live with common people...? The literary evolution of slumming. In: Steinbrik, M.;Frenzel, F.;Koens, K. (Coord.). *Slum Tourism. Poverty, power and ehtics*, London: Routledge, 2012.

Somoza, A (2011). Por un turismo urbano participativo. En reunión de trabajo organizada por la Red de Turismo Comunitario Barrio Sur y Palermo. Montevideo. Uruguay.

UNQ, (2022) Coloquio en la UNQ: Turismo en Barrios Vulnerables. <http://www.unq.edu.ar/agenda/5607-coloquio-en-la-unq-turismo-en-barrios-vulnerables.php>

Turismo Comunitario Isla Maciel - Facebook. <https://www.facebook.com/turismocomunitarioislamaciel/>.

Corto | El Museo Comunitario Isla Maciel - Identidades.
<https://identidades.cultura.gob.ar/2022/04/29/corto-el-museo-comunitario-isla-maciel/>.

Mesa de Trabajo N°3: Los circuitos turísticos patrimoniales como ejes motivadores del turismo cultural y comunitario (desde un abordaje de sustentabilidad)

RÍO, VERDE Y RELIQUIAS, DISEÑO DE CIRCUITO TURÍSTICO-CULTURAL EN LUJAN (BS.AS) COMO HERRAMIENTA DE TURISMO SOSTENIBLE Y COMUNITARIO

Hernández María Alejandra.

Universidad Nacional de Luján

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se describe la experiencia de presentación de una propuesta turística en Luján (Buenos Aires, Argentina) desde un diseño de circuito lineal autoguiado de obras de arte referidas a la cultura local en seis puntos de la ribera lujanense y a través de un proyecto con perspectiva ambiental, comunitaria, interdisciplinar e interinstitucional, a desarrollar con la participación de diferentes sectores de la comunidad y desde el nivel de gestión gubernamental. La principal motivación fue la posibilidad de crear una alternativa al perfil de turismo local en donde se utilizara el arte como medio y fin. Por otro lado, la convicción personal de que la comunidad, como parte del ambiente y su principal modificador debe tener un rol protagónico en la planificación y creación de espacios verdes turísticos, fue un punto fundamental para la elección del tipo de proyecto. De esta manera, "Río, verde y reliquias", se presenta como diseño de un circuito enmarcado en el patrimonio natural y cultural y como propuesta turístico-cultural comunitaria.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Por qué los turistas y lujanenses no visitan las reservas protegidas de Luján?
- ¿Es posible crear una alternativa turística sostenible viable sobre los espacios verdes de la ribera?
- ¿Es posible modificar el recorrido turístico habitual de los turistas a un circuito que incluya las reservas protegidas?
- ¿Qué aspectos deberían contemplarse para lograr un proyecto turístico comunitario?

OBJETIVOS

Aportar elementos teóricos de asistencia a la gestión que contribuyan a la implementación de un proyecto comunitario turístico-cultural con eje en la ribera lujanense para resguardar y revalorizar el patrimonio local con énfasis en la identidad cultural

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Identificar los elementos patrimoniales intangibles más destacados de la ciudad de Luján.
- 2) Crear herramientas de comunicación del patrimonio local con medio de promoción y creación de sentido de pertenencia comunitario.

- 3) Contribuir al mejoramiento del paisaje de los diferentes puntos de la ribera lujanense seleccionados.
- 4) Crear espacios de intercambio comunitario de reflexión y construcción patrimonial.
- 5) Fomentar el trabajo de artistas locales, nacionales e internacionales.
- 6) Impulsar la revalorización del patrimonio cultural y natural local lujanense.
- 7) Promover el turismo sostenible.

MARCO TEÓRICO

Gestión patrimonial dentro enmarcado en un **proceso de construcción**, donde se identifican referentes simbólicos que deben legitimarse por fuentes de autoridad (Prats Llorens, 1998)²³, mecanismos de objetivación y de anclaje, donde los miembros apropian, reinterpretan para producir elementos objetivados: propiamente dicho “su patrimonio”. Criterios de legitimación: naturaleza, historia y genialidad.

La **identidad y la apropiación cultural** como rasgos preponderantes. (Molano, 2007)²⁴ **Identidad** como sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. No como concepto fijo, sino que se recrea individual, colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior y **apropiación cultural**, como forma de fortalecer dicho sentido de pertenencia, como facilitador de las relaciones que se ejercen dentro de un espacio y que en su devenir historizado van dando forma al territorio por el valor simbólico que es reflejado por quienes desde él se han configurado como seres sociales y actores de una realidad (Cárdenas, 2010).²⁵

La importancia del patrimonio *para vincular a la gente con su historia.* (Feliu Franch, 2014)²⁶ El autor expresa que el patrimonio *encarna el valor simbólico de las identidades y es la clave para entender a los pueblos.* Asimismo, establece principios que rigen su tratamiento, entre los cuales se encuentra la **difusión**, como elemento clave.

El **resguardo (protección o seguridad patrimonial)**, como campo de la gestión ambiental y cultural dentro del cual se despliegan distintas corrientes o políticas: El preservacionismo, el proteccionismo, el conservacionismo y el modelo integral de conservación del patrimonio²⁷ explican la necesidad de desarrollar propuestas turísticas que protejan el patrimonio natural y cultural para mantener el equilibrio, logrando la sostenibilidad y posibiliten una *mejora en la calidad de vida de la comunidad receptora*,

²³ Ver nota al pie n° 30

²⁴ MOLANO, L. (2007) *Identidad cultural, un concepto que evoluciona* - Revista Opera, Núm. 7, mayo, 2007- Pp. 69-84 Universidad Externado de Colombia - Bogotá, Colombia.

²⁵ MARANTE, C. (2019) *Re-apropiación del mundo socio-cultural en la construcción de una nueva sensibilidad de desarrollo de un turismo local* - Revista Turydes: Turismo y Desarrollo Vol. 12, N° 27 Escuela de Hotelería y Turismo, Núcleo de Nueva Esparta - Venezuela

²⁶ FELIU FRANCH, Joan (2014) *Propuestas para una epistemología del patrimonio* (p.:10-26) Devenir Vol. 1 N° 2 Universidad Nacional de Ingeniería de Lima. Perú

²⁷ PEREZ VERDI, R. (2011) *Ambientalismo y Desarrollo Sustentable: Tramas del sistema capitalista*, *LiminaR* Vol. N° 9 N° 2 San Cristóbal de las Casas - Pp. 181-199 - Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas - México

facilitando al visitante una experiencia de alta calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen (Pearce y Turner, citado en Perez Verdi, 2011 y (Hunter y Green,1995)²⁸.

El **destino turístico**, en tanto bien patrimonial, es un bien común, y por lo tanto alcanzado por los problemas que atañen a todos ellos y que hacen referencia a los miembros de una sociedad que, actuando egoístamente, agotan y deterioran dicho bien por la falta de responsabilidad y de sentido de compromiso con dicho bien.(Hardin,1968)

El proyecto comunitario como parte de una **construcción colectiva** es un proceso que puede ser propiciado por ciertos espacios caracterizados como “propios”: *Lugares familiares y comunitarios que habitualmente se transitan.*(ALEGRE, S. et al.,2008).²⁹ Los actores o miembros de la comunidad pueden **participar activamente** si se encuentran preparados para hacerlo, en cuanto a los conocimientos básicos e instrumentos para acompañar y orientar la construcción de sus futuros, abriendo las rutas de la imaginación creadora y las propuestas de acción participativa.(Alegre, S.2009)³⁰.

El **arte visual público** como vía para una relación directa entre artista y espectador, facilitando la comunicación de la obra, su integración al espacio y a la comunidad que lo habita con el objetivo de lograr una actitud crítica y reflexiva con el contexto, una implicación con la trama social, con prácticas experimentales que pongan en cuestión la permanencia temporal de las intervenciones e impliquen a colectivos ciudadanos en su desarrollo”(Parramón citado por Urda Peña, 2015)³¹.

METODOLOGÍA

El marco de encuadre de la propuesta está conformado por el campo teórico de la gestión patrimonial, turística y ambiental y sus supuestos de partida. A este abordaje se suman elementos de la praxis artística, para lograr una propuesta integral y situada dentro de las metodologías propias de los proyectos sociales. Por tanto, se estableció como requisito, el conocimiento de los potenciales destinatarios, de los productos turísticos, de los materiales y de los elementos identitarios. Para luego continuar con la organización y búsqueda de fondos y finalizar con la elaboración de las obras y creación del circuito. Como tal se propone la metodología de Investigación-Acción-Participativa como medio para desarrollar la presente.

²⁸ FLORES ASENJO Y PARRA MEROÑO(2010) *Indicadores de capacidades de carga del Turismo* - Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local TuryDes, Vol 3 N° 8 - Universidad de Málaga - España

²⁹ BANG, C.(2013) *El arte participativo en el espacio público y la creación colectiva para la transformación social Experiencias actuales que potencian la creatividad comunitaria en la ciudad de Buenos Aires*, Revista Creatividad y Sociedad C/ Salud N°15 – Madrid - España

³⁰ ALEGRE, S. I. (2009) *Autogestión Ambiental Comunitaria para el Desarrollo local integral* - Ponencia Primer Simposio Internacional Virtual: Propuesta de Gerencia Ambiental “Modelo Ecológico” 4 al 25 de junio de 2009 - Málaga - Pp. 1-6 - Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación/ ONG Visión Ambiental - Argentina

³¹ URDA PEÑA, L. (2015) *El espacio público como marco de expresión artística* - Tesis Doctoral Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio - Pp. 1-300 - Universidad Politécnica de Madrid - España

Se establecieron como requisitos las consultas tanto a fuentes primarias, como secundarias. Para el relevamiento fue fundamental el desarrollo de talleres donde se posibilitó la interacción, la difusión de resultados y la conformación de redes.

Se hicieron reuniones con diferentes instituciones y funcionarios del ámbito municipal, se recorrió los espacios.

Con la información se elaboraron:

- Fichas descriptivas de cada uno de los lugares propuestos,
- Mapas georreferenciados,
- Cuadros comparativos,
- Árbol de involucrados,
- Análisis de relación entre elementos históricos y el río
- Análisis de factibilidad para la propuesta
- Diseño del circuito: maquetaciones
- Propuesta prueba piloto

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La propuesta de desarrollo turístico “Verde, río y reliquias” estableció como destinatarios a visitantes del partido de Luján y su comunidad. El trabajo comenzó poniendo el foco sobre varios interrogantes acerca de las preferencias y motivaciones turísticas de los visitantes y lujanenses. Algunas de ellas pudieron ser contestadas con asombro, otras de acuerdo a las expectativas. Esto motivó una reflexión sobre el desarrollo del turismo y las posibilidades de lograr un nuevo perfil turístico para Luján que concluyó en el establecimiento de la idea de que la pérdida de interés del visitante y el lujanense por las áreas protegidas se socia a la falta de seguridad, de servicios e infraestructura acorde. Estas problemáticas debían ser salvadas en el diseño de la propuesta. Dicho diseño debía realizarse en el marco de un cerramiento de los sectores, una mejora en la iluminación, la disposición de un área de servicios de aprovisionamiento y de mesas para que un circuito que unifique dichos sectores en una propuesta de paseo turístico se convierta en una alternativa viable. Es posible hayar formas de financiamiento en el ámbito público y privado, hay también estrategias para que los beneficios tanto sociales como económicos de este tipo de turismo lleguen a la comunidad. Asimismo, se evidenció que tanto los visitantes como los lujanenses apoyan este tipo de iniciativas.

Sin embargo, parafraseando un conocido refrán: “Aún *falta mucho agua por correr*” falta mucho por recorrer en el camino hacia un cambio de paradigma en el ámbito del turismo cultural y ambiental aunque el interés exista, cuesta la toma de decisiones política y económicamente. Como miembros de la comunidad debemos actuar, pedir, comunicar al sector gubernamental para que tome cartas en este asunto, por el bien de “nuestros bienes”. Estamos en el momento adecuado, un presente donde la naturaleza y el arte se unen para darle a la sociedad el fundamento exacto para creer en un porvenir justo y equilibrado. Una ciudad turística sostenible es la única opción para Luján, una comunidad que valore su patrimonio, la sólida simiente de su identidad y la imagen que transmita para sus predecesores, no hay más tiempo para esperar.

BIBLIOGRAFÍA

- ALEGRE, Silvia Iris (2007)** *La importancia de la participación ciudadana a través de la educación ambiental para la mitigación del cambio climático a nivel local*, Revista Desarrollo Local Sostenible. Grupo Eumed.net y Red Académica Iberoamericana Local Global Vol 3, N° 7, pp: 2-7 Buenos Aires, República Argentina
- ALEGRE, Silvia I. et al (2008)** *Observatorio de educación ambiental itinerante: la experiencia en regiones con actividad minería*, Ponencia V Congreso Internacional sobre Desarrollo Sostenible y Población - pp:1-13 Málaga - España
- ALEGRE, Silvia I. (2009)** *Autogestión Ambiental Comunitaria para el Desarrollo local integral* - Ponencia Primer Simposio Internacional Virtual: Propuesta de Gerencia Ambiental “Modelo Ecológico” 4 al 25 de junio de 2009 - Málaga - Pp. 1-6 - Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación/ ONG Visión Ambiental - Argentina
- ALVAREZ MUÑIZ, Luis (2011)** *La categoría del paisaje cultural* - Revista de antropología Iberoamericana - Vol. 6 N° 1 - Universidad de Murcia- España
- APONTE GARCÍA, Gloria (2017)** *Exploración de Metodologías para la valoración del Paisaje - Aproximación al diseño de una Metodología propia* (pp.46-60) Universidad Nacional de Colombia
- APONTE GARCÍA, Gloria (2003)** *Paisaje e identidad Cultural* - Facultad de Arq. e Ingeniería, pp.153-164 Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca - Colombia
- BANG, C. Y WAJNERMAN, C.(2010)** *Arte y transformación social: La importancia de la creación colectiva en intervenciones comunitarias*, Revista Argentina De Psicología – Rap – Edición Número 48
- BARRERA LOBATÓN, Susana (2013)** *El análisis del paisaje como herramienta y puente teórico-metodológico para la gestión socio-ambiental del territorio* - FAHCE - Vol. 9 N° 9
- CRESPÓN MARTÍN, B. (2016)** *Arte participativo en el espacio público. Propositiones metodológicas acerca de algunos de sus preceptos* -Vol 45, n°.2 Pp.1-30 Barcelona - España
- FELIU FRANCH, Joan (2014)** *Propuestas para una epistemología del patrimonio* Pp.:10-26 Devenir Vol. 1 N° 2 Universidad Nacional de Ingeniería de Lima, Perú
- FERNÁNDEZ, Horacio (2014)** *En busca de la identidad cultural como atractivo turístico* - Pp.1-67 - Universidad Abierta Interamericana - Sede Regional Rosario, Argentina
- HARDIN, G. (1968)** *La tragedia de los comunes* - Gaceta Ecológica, N° 37, Instituto Nacional de Ecología, México
- HERNÁNDEZ, Ma. Alejandra (2020)** *Efectos ambientales del turismo sobre el paisaje - Luján, Bs. As. y Federación, Entre Ríos, un análisis comparativo* - Trabajo para la asignatura Patrimonio Turístico de Argentina II - Universidad Nacional de Luján - Argentina
- HERNANDEZ, M.Alejandra (2021)** *Propuesta de evaluación integral de paisaje turístico: Ribera del río Luján, Partido de Luján, Bs. As.* - Trabajo para la asignatura Evaluación Turística del Paisaje - Pp. 1-38 - Universidad Nacional de Luján

HERNANDEZ, Ma. Alejandra (2019) *El proyecto participativo en la gestión del turismo cultural - Aspectos teóricos desde la ciencia de la Administración - Trabajo para la asignatura Teoría del Turismo - Pp.1-14 - Universidad Nacional de Luján*

HERNANDEZ, Ma. Alejandra (2019) *El arte como medio de preservación y rescate patrimonial - Esculturas en hierro de Navarro - Bs As y Capital de Corrientes -Trabajo para la asignatura Pat. Turístico de Arg. I - Pp. 1-39 - Universidad Nacional de Luján*

MARANTE, C. (2019) *Re-apropiación del mundo socio-cultural en la construcción de una nueva sensibilidad de desarrollo de un turismo local - Revista Turydes: Turismo y Desarrollo Vol. 12, N° 27 Escuela de Hotelería y Turismo, Núcleo de Nueva Esparta, Venezuela*

Mesa de Trabajo N°3: Los circuitos turísticos patrimoniales como ejes motivadores del turismo cultural y comunitario (desde un abordaje de sustentabilidad)

CHASCOMÚS: TERRITORIO, IDENTIDAD Y DESARROLLO

Beretta Daiana B., Jensen Karina.

IIPAC, CONICET, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo sostiene que la gestión de propuestas de carácter turístico, fundadas en la noción de Paisaje puede convertirse en una alternativa para formular criterios y estrategias de organización territorial a través de planes y proyectos que apunten a un equilibrio entre preservación cultural y desarrollo económico-territorial. Es decir, en este sentido la valoración, protección, gestión; ordenación y/o difusión del Paisaje desde una concepción patrimonial colectiva, no tiene como fin su mercantilización sino ser el medio por el cual se cohesionan los aspectos sociales, culturales, ambientales y económicos, en un proyecto histórico, comunitario y social, por medio del reconocimiento, protección y promoción de sus valores paisajísticos y patrimoniales.

En la actualidad, diversos proyectos de fomentación turística u ordenamiento territorial basan sus propuestas en la noción de Paisaje, buscando contribuir a la consolidación de la identidad de lugar y de promover un desarrollo sustentable local y regional.

La noción de Paisaje puede encontrarse desde el siglo III d.C. en la cultura China, y a lo largo de la historia fue abordado y redefinido desde diversas disciplinas, desde el arte a la ciencia. Lo que le otorgo un sentido ambiguo, que va desde la representación hasta al conjunto de acciones de transformación del territorio que la actividad humana introduce a lo largo del tiempo, lo que lo define como la articulación entre cultura y naturaleza. Por lo cual, su abordaje puede ser desde una perspectiva histórico-social, donde el paisaje es producto de la historia y de las relaciones socioeconómicas; o desde una perspectiva más fenomenológica, en la cual es una construcción simbólica y social.

En este sentido, Paisaje es un constructo procesual y dinámico de elementos tangibles e intangibles, que se constituye en la imagen de un territorio y emblema de su identidad, un patrimonio colectivo. Esta cualidad de articular características naturales, objetos construidos y multiplicidad de miradas sobre los mismos, lo convierte en una herramienta adecuada para indagar sobre fenómenos y procesos actuales; tanto sociales, como políticos, culturales y económicos (Orihuela, 2018)³².

Por ello, los recursos del paisaje tanto naturales como culturales pueden convertirse en una oportunidad de desarrollo si son articulados a través de proyectos territoriales legitimados por las sociedades locales. Por lo mismo su protección, gestión y ordenación se constituye en una meta a alcanzar en el marco de proyectos que integren la identidad cultural de las sociedades locales, el ambiente y desarrollo económico.

Los recursos paisajísticos que se encuentran en el Partido de Chascomús, Provincia de Buenos Aires, están siendo en muchos casos invisibilizados ante diversos factores:

³² Orihuela, G. (diciembre 2018). Nociones de “Paisaje” y “Paisaje cultural”. Un estado de la cuestión. Revista Pensum, pp 44/56

cambios en la matriz productiva, desarticulación entre el área urbana y rural, falta de definición en el perfil de “ciudad”, un enfoque exclusivo sobre el desarrollo urbano y debilidad en la identidad local. Lo que significa la pérdida de valor simbólico y cambios adversos sobre tierras de valor patrimonial, paisajístico y comunidades asociadas. Afectando la potencialidad del Partido de Chascomús para alcanzar un desarrollo sustentable, equilibrado y de cohesión en el plano social, económico-turístico y ambiental.

El enfoque desde el cual se analiza el caso de estudio implica adoptar la noción de Paisaje como recurso para el desarrollo territorial, donde el eje y componentes proyectuales se establezcan en un contexto territorial histórico y actual, interpretado como Paisaje Rural. Su utilización como recurso activo o imagen del ser nacional, lo posiciona como un elemento estratégico pero también como reconocimiento y fortalecimiento de su comunidad.

La articulación del territorio de Chascomús a partir de sus recursos paisajísticos en un proyecto integrador que rescate el pasado histórico y las tendencias actuales de dinámica territorial, podría convertirse en una oportunidad y en una estrategia de desarrollo de la comunidad en general con relación al desarrollo sustentable, económico y social.

Palabras claves: PAISAJE-RECURSO-PATRIMONIO-TURISMO

METODOLOGÍA

La propuesta se construye a través de un proyecto multiescalar a nivel Partido, que articula desarrollo con la historicidad del lugar y el presente.

El trabajo se organizó en 3 fases. Una primera fase histórica y actual, que vincula sucesos a lugares del área de estudio, memoria colectiva, y da cuenta de los recursos territoriales, los cambios en el uso y significado de los lugares. Es decir, la identificación de recursos del paisaje que se dan en un proceso de valorización del territorio en la re-construcción histórica, sumado a las problemáticas contemporáneas del área de estudio focalizadas en: la dinámica territorial y poblacional, los usos del suelo, la matriz productiva, el análisis de programas- usos-usuarios, demanda y problemáticas de las comunidades.

Una segunda fase se integró al análisis inicial de recursos, el conjunto de actores y / o instituciones que inciden en la gestión de los recursos identificados, a partir de lo cual se puede definir el perfil adecuado de desarrollo turístico, que no generará la mercantilización del paisaje e impulsará el desarrollo social-comunitario, fomentando el intercambio de conocimientos, lógicas de acción y aprendizajes respecto de la valorización de los recursos territoriales para la formulación de programas y proyectos de acción.

Finalmente en una tercera fase, se desarrollan metodologías de abordaje paisajístico-territorial, que apuntan a la reconstrucción de la memoria colectiva, a través del recopilado de relatos y la catalogación de lugares de valor simbólico y paisajístico, a través de instancias y procedimientos que hagan posible la participación de la comunidad en general y actores específicos involucrados.

Las 3 fases proporcionan los recursos para la formulación de un proyecto de integración paisajístico-territorial de carácter turístico comunitario.

REFLEXIÓN

Se concluye en que, deben considerarse y acentuarse las cualidades del lugar a lo largo del desarrollo y evolución socio-territorial. Todo Paisaje debe ser re- descubierto, re interpretado y puesto en valor, aceptando su multifuncionalidad y cualidad dinámica para constituirse en un “recurso activo” dentro de los proceso de desarrollo territorial que apuntan al reconocimiento de su comunidad, identidad y patrimonio. A su vez, consideramos que la visión inter-escalar de las problemáticas territoriales contribuyen a la comprensión integral del mismo, sus problemas y necesidades donde se toma en consideración opiniones y perspectivas de toda la comunidad y actores involucrados.

BIBLIOGRAFÍA

Barba, R. y Pié, R. (1996). “Turismo” Centre de recerca i projectes de paisatge, CRPP Departamento de Urbanismo y Ordenación del Territorio, UPC Barcelona 1996

Dematteis, G., & Governa, F. (2005). Territorio y territorialidad en el desarrollo local. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, N° 39(2001), 31–58

Elementos definitorios de la identidad Bonaerense (2001). Registro del patrimonio paisajístico, urbanístico y arquitectónico del Municipio de Chascomús. Chascomús, Buenos Aires: Laboratorio de Investigaciones del Territorio y el Ambiente (LINTA)

Gracia, A. (2012). Algunas consideraciones sobre la actividad turística. Conceptos y definiciones de turismo, Notas en Turismo y Economía (4) ISSN 1853-1504

_ (2014) “Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales”. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), San Jose, Costa Rica.

Nogué, J., & Sala i Martí, P. (2006). Prototipo de Catálogo de Paisaje, 32. Clot y Barcelona, España: Observatorio del paisaje.

Nogué, J. (2007-2009). La construcción social del paisaje. Madrid, España: Paisaje y Teoría, Biblioteca Nueva.

Orejas, A. (1995). Territorio, análisis territorial y Arqueología del Paisaje. Studia Histórica: Historia Antigua.

Orihuela, G. (2018). Nociones de “Paisaje” y “Paisaje cultural”. Un estado de la cuestión. Revista Pensum, 4(4).

Roger, A. (2007). Breve tratado del paisaje. Madrid, España: Paisaje y Teoría, Biblioteca Nueva.

Sabaté Bel, J., & Benito del Pozo, P. (2010). Ensayos paisajes culturales y proyecto territorial: un balance de treinta años de experiencia. Identidades: territorio, cultura, patrimonio, 2, 2–21.

Sabaté Bel, J. (2010). De la preservación del patrimonio a la ordenación del paisaje: intervenciones en paisajes culturales (Europa - Latinoamérica). Revista Labor & Engenho, 4(1), 10–25.

Mesa de Trabajo N°3: Los circuitos turísticos patrimoniales como ejes motivadores del turismo cultural y comunitario (desde un abordaje de sustentabilidad)

TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS URBANAS DE LA CUENCA MEDIA DEL RÍO MATANZA-RIACHUELO. UNA PROPUESTA DE AGENDA PARA EL CASO DE LA RESERVA NATURAL E INTEGRAL MIXTA LAGUNA DE ROCHA

Cinalli Franco, Cano Marcela.
Universidad Provincial de Ezeiza

INTRODUCCIÓN

El proyecto propone generar una articulación territorial de la UPE con las áreas naturales protegidas urbanas en espacios intersticiales de la cuenca media del río Matanza, a partir de una gestión turística de bajo impacto y fuerte carácter local y regional. Para ello se pretende relevar antecedentes de investigación y gestión, generar información sobre el estado de situación actual e impulsar una serie de iniciativas de extensión universitarias que contemplen la participación social y comunitaria desde la educación ambiental y el eco-turismo. En un recorte territorial inicial y exploratorio, se seleccionó a la Reserva Natural Integral y Mixta Laguna de Rocha, en el partido vecino de Esteban Echeverría, que se encuentra próxima a la sede de la Universidad, con la cual deseamos fortalecer instancias de vínculo institucional.

OBJETIVO GENERAL

Generar una propuesta de investigación y gestión en turismo en la Reserva Natural Integral y Mixta Laguna de Rocha (Esteban Echeverría), que incorpore nuevas visiones sobre la conservación en ámbitos urbanos, sostenida en un conocimiento de las dinámicas territoriales de la región media de la cuenca, y particularmente de los municipios de E. Echeverría y Ezeiza.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Integrar la perspectiva socio-ecológica a los planes de ordenamiento territorial urbanos de la región (casi ausente en estos).
- Generar atraktividad como una forma de las comunidades locales (y no locales) de apropiarse de esos espacios no tradicionales para el turismo, para lograr un mejor manejo de su patrimonio cultural y natural, que no ponga en peligro los servicios ecosistémicos que estos brindan, ni sus funciones sociales, culturales, históricas y paisajísticas.
- Proponer actividades y programas de turismo y educación ambiental que inserten a estos espacios del AMBA dentro de un circuito turístico de escala metropolitana más diversificado y creativo (dominado actualmente por lugares puntuales y céntricos de CABA).
- Pensar en las fortalezas y dificultades de un turismo alternativo, no masivo, de proximidad, de bajo impacto dentro del recorte territorial propuesto. Aportar a los debates

socioambientales desde una propuesta novedosa que contemple a los diferentes actores sociales en juego.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Qué criterios o valores se ponen en juego para conservar territorios en zonas de expansión urbana poco planificada y una matriz conflictiva de usos de suelo?
- ¿Pueden o deben las ANP funcionar como “islas de conservación” en una matriz conflictiva de usos del suelo?
- ¿Qué cambios territoriales, políticos y sociales se producen cuando las AP no parten desde actores sociales clásicos sino que emergen “desde abajo”, por demandas sociales?

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

A diferencia de otros modelos, la perspectiva de la planificación socio-ecológica del territorio (Palomo et al. 2014; Montes y Palomo, 2015) reconoce a las AP como elementos esenciales del ordenamiento territorial, atravesadas por procesos sociales y con capacidad de ampliar su influencia más allá de los límites administrativos -aún siendo estos indispensables para definirlos y facilitar el reconocimiento social del espacio (Dallimer y Strange, 2015)-. El territorio pasa a ser el objeto central de análisis en tanto complejo adaptativo de las relaciones entre sistemas ecológicos y sociales (por eso también denominado “socio-ecosistema”), del cual se identifican las causas de la degradación ambiental que inciden al mismo tiempo sobre los valores de conservación, ecosistemas y poblaciones humanas. De esta manera, las reservas naturales dejan de ser un fin en sí mismo que se administra independientemente (Ferrero, 2018), o meros puntos o nodos de un corredor ecológico, y pasan a ser parte de un territorio mayor que debe gestionarse en forma integral en sus componentes ambientales y sociales (Mascia et al. 2003; Jacobson y McDuff, 1998). En esta línea, desde la ecología política se sostiene que las AP son una forma de intervención política (Adams y Hutton, 2007; Depraz y Laslaz, 2017) en contextos espaciales más amplios, marcados por tensiones entre diferentes usos de suelo y de los bienes comunes naturales, donde no sólo se producen impactos ambientales sino donde también hay diferentes afectaciones económicas, sociales y culturales, no siempre reconocidas (Ferrero, 2018). Como parte de una política pública del Estado, “las políticas de conservación se constituyen en arenas políticas, en tanto son instrumentos del aparato estatal para organizar y gestionar territorios y poblaciones” (Ferrero, 2018, p.102).

METODOLOGÍA

En primer lugar, se efectuará una revisión bibliográfica exhaustiva sobre los procesos de urbanización en el AMBA, la ecología de humedales -sobre todo de aquellos ubicados en cuencas metropolitanas-, e información socioeconómica e histórica de los distritos en los que transcurre la investigación, así como una recopilación del material judicial (fallos y mandas) e informes de la ACUMAR. Los datos serán recolectados con un trabajo de campo realizado en la reserva mediante técnicas cualitativas de observación participante y entrevistas en profundidad, en un diseño abierto y flexible, dado que se abordarán distintas realidades sociales y se pondrá en práctica constante la interacción entre el investigador y los sujetos (Maxwell, 2012) Se propondrá realizar una articulación con todos los actores involucrados - autoridades del Ministerio de Ambiente, personal técnico

a cargo de la gestión del área, funcionarios municipales de Esteban Echeverría y Ezeiza, vecinos y vecinas que se movilizan por la protección del espacio, entre otros- en forma periódica, de manera que las propuestas iniciales de este proyecto puedan ser enriquecidas con los aportes de los protagonistas, pensando en un proceso de coproducción del conocimiento (Funtowicz y Ravetz, 2000; Lemos y Morehouse, 2005; Moreno et al. 2014; Turnhout et al. 2020; Jasanoff, 2004; IniestaArandia et al. 2020). Se apunta a robustecer la integración de disciplinas y fuentes de información, y trabajar con distintos saberes y visiones sobre la conservación de estos espacios y la práctica del turismo. En este aspecto, se apuntará a generar una coproducción de conocimiento. El reconocimiento a campo producto de la observación participante será luego complementada con información espacial y socioeconómica del territorio para reconstruir los contextos de cada situación. Para cada caso se recurrirá a técnicas de relevamiento de información bibliográfica, documental y fotográfica. Se ofrecerá una breve contextualización histórico-política y socioeconómica de los municipios y las zonas de influencia de las áreas, una descripción de las reservas y sus valores de conservación. No se pretende sólo describir los procesos de AP en la región sino arriesgar una interpretación de las lógicas de los actores involucrados en los conflictos para situarlos en un contexto más amplio que la mera protección en las reservas, lo que permite luego sistematizar los aprendizajes y aportar al debate para la gestión de su posible uso turístico.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En primer lugar, es importante partir del hecho de que la RNMLDR se encuentra en un considerable estado de abandono. El mismo es resultado de procesos y factores, tanto políticos como territoriales. Entre los cuales podemos contar, la superposición de jurisdicciones intervinientes, la falta de una efectiva coordinación entre estas, la capacidad diferencial de algunos actores de influir en las decisiones políticas a nivel legislativo, ejecutivo y judicial a su favor. Tal como se ve en torno a la porción de la RNMLDR que fue cedida al Club Racing (Caruso, 2021). Aquí también debemos agregar la escasez de recursos asignados por el OPDS (actual Ministerio de Ambiente de la PBA) para un manejo de la Reserva que logre mínimos estándares de calidad. En este sentido, estamos expectantes, como equipo, respecto a la creación de dicho Ministerio, la cual consideramos un paso necesario e interesante en la dirección correcta. No obstante, advertimos que dicha elevación a rango ministerial de las cuestiones ambientales de la Provincia debe ir acompañada de los recursos necesarios a tal efecto. A los factores citados aquí arriba, cabe agregar el avance del uso residencial irregular dentro del área de reserva, el cual constituye una amenaza para su eficaz conservación y probablemente para su uso turístico. En este punto, será importante el contacto que podamos hacer con funcionarios del Municipio de Esteban Echeverría (MEE), debido a su conocimiento de los procesos sociopolíticos de escala local en esta problemática (Reese, 2003) Como así también será relevante el contacto que hagamos con la comunidad de estos barrios, cuya mirada, probablemente sea distinta a la oficial (Cappuccio y Mignaqui, 2012) Por lo pronto, durante la recorrida que hicimos junto al CEULDR por los alrededores de la Reserva, hemos visto que el MEE se ha limitado a colocar carteles indicativos de los límites de la RNMLDR, sin vallar ni amojonar de manera completa o adecuada el área. De esta manera, la misma queda expuesta a daños ambientales. En efecto, interpretamos este hecho como un resultado de dicha falta de coordinación entre entidades de distintas jurisdicciones superpuestas, ya que legalmente el manejo de la Reserva está a cargo del OPDS, actual Ministerio de Ambiente de la Provincia.

BIBLIOGRAFÍA

- Adams, W., y Hutton, J. (2007) People, parks and poverty: political ecology and biodiversity conservation. *Conservation and society*, 5(2), 147-183.
- Amend, S. (Ed.) 2010: Áreas Protegidas como Respuesta al Cambio Climático. (PDRS-GTZ) Lima, Perú.
- Azueta, A. y Mussetta, P. (2009). “Algo más que el ambiente: conflictos sociales en tres áreas naturales protegidas de México”. *Revista de ciencias sociales*, 1(16), 191-215. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de 10 Secretaría de Investigación, Ciencia y Tecnología Universidad Provincial de Ezeiza Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1277>.
- Cappuccio, S. y Mignaqui, I. (2012). “Planificando la Cuenca Matanza-Riachuelo: estrategias de ordenamiento territorial y ambiental en debate”, ponencia del I Congreso Latinoamericano de Ecología Urbana, junio 2012.
- Caruso, Sergio Adrián. “Gambeteando la reserva: conflictos ambientales y urbanización de humedales. El caso de la Laguna de Rocha (Buenos Aires, Argentina)” *Revista Universitaria de Geografía*, vol. 30, núm. 1, 2021 Universidad Nacional del Sur, Argentina Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=383267985006> DOI: <https://doi.org/10.52292/j.rug.2021.30.1.0020>
- Dallimer, M., y Strange, N. (2015). “Why socio-political borders and boundaries matter in conservation”, *Trends in Ecology & Evolution*, 30(3), 132-139.
- Domoñi, E. D. y otros. (2018) “El turismo como herramienta de recuperación de la memoria socio-histórica: prácticas pre-profesionales en el conurbano” en Giordano, Carlos José y Morandi, Glenda (comps.). *Memorias de las 2º Jornadas sobre las Prácticas Docentes en la Universidad Pública. La enseñanza universitaria a 100 años de la reforma: legados, transformaciones y compromisos*. Universidad Nacional de La Plata: La Plata, 2019.
- Depraz, S. y Laslaz, L. (2017). “Conflicts, acceptance problems and participative policies in the National Parks of the French Alps”, *Eco.Mont*, issue 9-1, p. 40-50. Disponible en: http://epub.oeaw.ac.at/0xc1aa500e_0x0034cb91.pdf
- Dudley, N. (Editor) (2008). *Directrices para la aplicación de las categorías de gestión de áreas protegidas*. Gland, Suiza: UICN.
- Ferrari, S., Decristóforo, L., Estrampes, L., y Albrieu, C. (2014). *Reservas naturales urbanas: herramientas para fomentar el turismo y la recreación en comunidades del sur de Santa Cruz (Argentina)*.
- Ferrero, B. G. (2018). *Tras una definición de las áreas protegidas: Apuntes sobre la conservación de la naturaleza en Argentina*. *Revista Universitaria de Geografía*, 27(1), 99-117.
- Funtowicz, S. y Ravetz, J. (2000). *La ciencia posnormal*. Barcelona: Icaria.
- GIZ (cooperación internacional alemana, 2010): *Áreas de conservación municipal: una oportunidad para la conservación de la biodiversidad y el desarrollo local. Reflexiones y experiencias desde América Latina*. Brasilia, DF.
- González Trilla, G. (2017). *Reservas Urbanas de humedales en la Cuenca Matanza Riachuelo. El caso de la Reserva Natural Ciudad Evita*. XI Jornadas De Desarrollo Sustentable De La Cuenca Matanza-Riachuelo V Jornadas Nacionales De Desarrollo Sustentable De Cuencas Hídricas. Universidad Nacional de Lanús.
- Iniesta-Arandia, I., Quintas-Soriano, C., García-Nieto, A.P., Hevia, V., Díaz-Reviriego, I., García-Llorente, M., Oteros-Rozas, E., Ravera, F., Piñeiro, C., Mingorría, S. (2020). “¿Cómo pueden contribuir los estudios feministas y poscoloniales de la ciencia a la

- coproducción de conocimientos? Reflexiones sobre IPBES”, *Ecosistemas*, 29(1):1936. <https://doi.org/10.7818/ECOS.1936>
- Jacobson, S. y McDuff, M. (1998). “Training Idiot Savants: The Lack of Human Dimensions in Conservation Biology”, *Conservation Biology*, 12(2), 263-267 www.jstor.org/stable/2387495
- Jasanoff, S. (Ed.). (2004). *States of knowledge: the co-production of science and the social order*. Routledge.
- Lemos, M.C. y Morehouse, B.J. (2005). “The co-production of science and policy in integrated climate assessments”, *Global Environmental Change*, 15: 57-68.
- Mascia, M., Brosius, J., Dobson, T., Forbes, B., Horowitz, L., McKean, M. y Turner, N.J. (2003). “Conservation and the Social Sciences”, *Conservation Biology*, 17: 649-650. doi:10.1046/j.1523-1739.2003.01738.
- Maxwell, J. A. (2012). *Qualitative research design: An interactive approach* (Vol. 41). Sage publications.
- Merlinsky, G. (2006). “Vulnerabilidad Social y Riesgo Ambiental: ¿Un plano invisible para las políticas públicas?”, *Revista Mundo Urbano* N° 28. Marzo-abril mayo de 2006. http://mundourbano.unq.edu.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=189&Itemid=1
- Miguenz, S. (2015). “Plan de gestión sostenible de la Reserva Natural Laguna de Rocha del Partido de Esteban Echeverría. Provincia de Buenos Aires, Argentina”. Tesis de Maestría en Gestión de Turismo Sostenible.
- Montes, C. y Palomo, I. (2015). “Áreas protegidas y planificación socio-ecológica del territorio”. En Barborak, J., Cuesta, F., Montes, C. y Palomo, I. (2015). *Planificación en Áreas Protegidas: Territorio y Cambio Climático. Proyecto Iniciativa Trinacional - Fortalecimiento de los Sistemas Nacionales de Áreas Naturales Protegidas en Colombia, Ecuador y Perú*.
- Moreno, J., Palomo, I., Escalera, J., Martín-López, B., Montes, C. (2014). “Incorporating ecosystem services into ecosystem-based management to deal with complexity: a participative mental model approach”, *Landscape Ecology*, 29: 1407-1421
- Palomo, I., Montes, C., Martín-López, B., González, J., García-Llorente, M., Alcorlo, P. y Mora, M. (2014). “Incorporating the social-ecological approach in protected areas in the Anthropocene”, *BioScience*, 64(3), 181-191.
- Pereira, P. (2020) “Desafíos para la conservación en áreas protegidas urbanas. Estudios de caso en humedales de la Cuenca Matanza-Riachuelo (Buenos Aires, Argentina): Laguna de Rocha, Santa Catalina y Ciudad Evita”. Tesis de Maestría (mimeo). Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, Universidad de Buenos Aires.
- Reese, E. (2003). “Instrumentos de gestión urbana, fortalecimiento del rol del municipio y desarrollo con equidad”. Lincoln Institute of Land Policy
- Serrano, S. G. (2011). *El turismo en las áreas protegidas como medio para lograr el desarrollo sustentable en Centroamérica* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Mar del Plata).
- Turnhout, E., Metzger, T. A. P., Wyborn, C., Klenk, N., y Louder, E. (2020). “The politics of co-production: participation, power, and transformation”, *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 42, 15-21. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2019.11.009>

Mesa de Trabajo N°3: Los circuitos turísticos patrimoniales como ejes motivadores del turismo cultural y comunitario (desde un abordaje de sustentabilidad)

EXPERIENCIA DOCENTE Y/O EXTENSIÓN

IDENTIFICACIÓN Y DESARROLLO PARTICIPATIVO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS CULTURALES EN LOCALIDADES DEL GRAN CORRIENTES – PROVINCIA DE CORRIENTES

Presman Inés, Bezos Roberto Javier

Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste

Palabras Clave: Participación y desarrollo estratégico – Circuitos y desarrollos turísticos – Emprendedurismo

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La presente comunicación, surge como parte de un Proyecto de extensión de la Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura en ejecución en el marco del Programa Central La Universidad en el Medio 2021 -2022, de la Secretaría General de Extensión Universitaria, con el acompañamiento de la Secretaría de Extensión de la FADyCC y que fuera seleccionado por Res. N° 0430/ 2022 CS - UNNE del 15 de junio de 2022. Tiene por finalidad, contribuir al desarrollo local, turístico y cultural de los diez municipios que conforman el Corredor Gran Corrientes, en la provincia de Corrientes. Las unidades de análisis son los municipios de Corrientes Capital, Santa Ana, San Luis del Palmar, Paso de la Patria, San Cosme, Ramada Paso, Itatí, Riachuelo, El Sombrero y Empedrado.

Desde su rol extensionista, la Universidad trasciende el espacio áulico para abrirse al trabajo concreto en territorios, para potenciar el desarrollo turístico cultural de estas comunidades.

En el marco del proyecto se han asumido los 17 Objetivos del Milenio – ODS 2030 – (ONU 2017) y fundamentalmente ratificando el imprescindible valor de las alianzas para el desarrollo sostenible (Objetivo N° 17); para lograr ciudades y asentamientos humanos inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles (Objetivo N° 11). En este contexto se considera al Turismo como una actividad económica, capaz de promover crecimiento económico sostenido, empleo pleno y productivo, así como empleo digno. (Objetivo N° 8).

El Proyecto concluye con la transferencia de recomendaciones a los Municipios y sus áreas técnicas de Turismo y Cultura; Ejes estratégicos de Gestión para su desarrollo local (haciendo énfasis en el turismo como actividad económica que genera fuentes de trabajo para las comunidades locales y mejora su calidad de vida) y el Diseño de un Circuito Turístico Cultural emblemático por cada municipio, logrado de manera participativa.

Características de los Co-Participantes

Se trabaja desde la perspectiva de curricularización de la extensión universitaria como clave fundamental en el trayecto de formación universitaria y la profesionalización. Con esta orientación se ha conformado un equipo extensionista desde la Facultad de Artes, Diseño y Ciencias de la Cultura como iniciadora, sumando a las Facultades de

Humanidades y Arquitectura y Urbanismo, e involucrando a los diez municipios mencionados, al Ministerio de Turismo e Instituto de Cultura de la provincia, al Museo Histórico de Corrientes, a la Cámara de Turismo de Corrientes y a la Asociación de Profesionales de Turismo de la Universidad Nacional del Nordeste, para identificar de manera preliminar ejes estratégicos de desarrollo turístico cultural, ratificando el valor de la naturaleza y cultura como motores identitarios de los destinos seleccionados.

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar circuitos turísticos culturales emblemáticos, que involucren a los municipios del Corredor Turístico Cultural Gran Corrientes en la provincia de Corrientes, a partir de la gestión participativa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar, con los actores locales, ejes estratégicos de desarrollo turístico cultural para los destinos emergentes seleccionados, en diferentes escalas y complejidades;
- Diagnosticar la potencialidad turístico cultural de cada municipio para a partir de ello, elaborar circuitos turísticos culturales;
- Encarar el desarrollo turístico cultural de los destinos, considerando la identidad socio-cultural de los mismos;
- Evaluar la factibilidad del circuito turístico cultural diseñado para cada municipio;
- Definir esquemas de gestión a transferir a los equipos técnicos municipales, para monitoreo de la Etapa Operativa.

MARCO TEÓRICO

La sustentabilidad del paisaje se conforma como una meta a alcanzar en el marco de proyectos territoriales que integren la matriz cultural de las sociedades locales su patrimonio y su cultura, con los recursos de la naturaleza. El paisaje natural y cultural se presentan no sólo como un recurso visual, sino como una estructura formal emergente de una construcción histórico - social en permanente cambio. El paisaje expresa los significados cambiantes del territorio en el tiempo y en el espacio. Como recurso activo, emblema de identidad territorial, se posiciona como estratégico para el impulso de proyectos de desarrollo turístico cultural de un destino.

La UNESCO, a partir de sus Directrices Operativas incluyó en las últimas décadas la categoría de “patrimonio mixto”, a las ya definidas en la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural (1972), entendiéndolo que resulta inescindible, cuando hablamos de estructuras territoriales, las dimensiones sociales, simbólicas y culturales de sus contextos y elementos naturales. “Los paisajes culturales son bienes culturales y representan las obras conjuntas del hombre y la naturaleza. Ilustran la evolución de la sociedad humana y sus asentamientos a lo largo del tiempo, condicionados por las limitaciones y/o oportunidades físicas que presenta su entorno natural y por las sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales, tanto externas como internas.” (Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención de 1972. 2005).

Este enfoque aplicado a un proyecto académico de extensión implica adoptar la noción de proyecto territorial, donde el producto elaborado para una localización concreta encuentra su sentido en las condicionantes de un contexto territorial histórico y actual, interpretado como paisaje cultural. Se propone acentuar las cualidades del lugar y no solo eso, sino que además debe re- descubrirse, re interpretarse y volverse un “recurso activo” para jugar en un proceso de desarrollo territorial participativo, que se orienta a re

descubrir el paisaje natural y cultural como patrimonio. En este sentido, la participación posibilita las resoluciones comunes en torno a las necesidades de la comunidad, lo que da sentido a la actividad y a la vez implica intersubjetividades y representaciones compartidas. (Moras Puig, 2004).

El enfoque participativo en torno al trabajo de identificación y reconocimiento patrimonial supone que sus dimensiones valorativas y significativas, por las cuales determinadas expresiones culturales devienen en patrimonio, descansan en los sujetos: personas legatarias directas de esos bienes, y también quienes los crean, los disfrutan, los transmiten, los difunden o educan en ellos (Fontal, 2020).

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

Los municipios seleccionados cuentan con atractivos naturales y culturales singulares, lo que abre un abanico de posibilidades para que el turismo pueda desplegarse. En lo atinente a los recursos naturales, el Corredor Gran Corrientes se destaca por sus espejos de agua, representados por el río Paraná y por una multiplicidad de lagunas, con ecosistemas con una riquísima biodiversidad. La riqueza no solo está representada por la naturaleza, también hacen parte del contexto, manifestaciones culturales tangibles e intangibles, las cuales se mimetizan con estos escenarios naturales, permitiendo un singular ensamble. Se advierte que el proceso de desarrollo turístico en cada uno de estos territorios se caracteriza por ser lento, lo que los define como destinos emergentes.

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

El presente proyecto tuvo una duración de 12 meses y se estructura en 3 momentos de construcción colectiva:

Etapa Cognoscitiva: definición de Ejes estratégicos de desarrollo local – turístico cultural; identificación de la vocación y potencialidad de cada destino; cuadro preliminar de potencialidad turístico cultural por municipio;

Etapa Propositiva Creativa: conocimiento acerca de historia de atractivos naturales/culturales, vivencias, expectativas desde las experiencias y el sentido común; diseño de una matriz de ejes estratégicos para cada destino y diseño participativo de un circuito turístico cultural emblemático en cada uno;

Etapa Operativa: definición como experiencia piloto, de la factibilidad de concretar circuitos turísticos culturales, Esquema de Gestión, Presupuesto operativo y de inversión, estimado por Municipio/ Circuito.

METODOLOGÍA

Se lleva a cabo la búsqueda documental, como así también un trabajo de campo. Para la recolección de datos se utilizan las siguientes técnicas: encuestas vía online, entrevistas semiestructuradas a referentes clave, relevamientos con fichas CICATUR, registro de puntos de geolocalización para ser volcados en un mapa digital, registros visuales multimediales, diseño de calendario, diseño de modelos de estrategias participativas (diagnóstico y talleres participativos) entre otras.

CONCLUSIONES

El camino ya transitado refleja la importancia de poder transferir desde la universidad una estrategia didáctica basada en la extensión y transferencia, un enfoque metodológico

dinámico, placentero y enriquecedor, de buenas prácticas desde la interdisciplina y transdisciplina, tanto para los decisores políticos, como para los equipos técnicos municipales y quienes están relacionados en forma directa e indirecta a la actividad turística cultural. No obstante ello, a la luz de los meses transitados, se ratifica la pertinencia del proyecto y la relevancia que el mismo comporta en tanto, desde la Universidad, se habilitan espacios para que el conocimiento gestado en la academia llegue a los territorios, en éste caso a los municipios del Corredor Gran Corrientes, con el fin de fomentar el desarrollo turístico cultural de destinos emergentes, lo que potencia las oportunidades de generación de empleo de calidad e incrementa las oportunidades laborales.

Principales resultados a la fecha: consolidación del Equipo Extensión; identificación de dimensiones iniciales a abordar; comunicación interna y con las Instituciones Co Participantes; presentación del proyecto en los destinos y en la sede de la Licenciatura en Turismo en la ciudad de Corrientes; identificación de Mapa de Actores involucrados e Informantes claves: identificación preliminar de vocación turístico cultural de cada destino del Corredor Gran Corrientes a partir de sus atractivos naturales y culturales; identificación de problemáticas y expectativas reales de cada destino y sus actores; identificación y registro / fichaje del patrimonio cultural (material e inmaterial) de los destinos ; preparación de talleres de presentación del proyecto y trabajo de campo; estudio de mercado/ demanda: preparación de encuestas on line – Google Forms para cada uno de los destinos; convalidación de diseño de Encuestas y procesamiento; visita a los diez municipios y entrevistas a referentes calificados de las Entidades Co Participantes y Diseño de Metodología de Trabajo en Talleres

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Boullón, R.1983.La Planificación del Espacio turístico. Editorial Trillas – México

Buzai, G.2013. Sistemas de información geográfica SIG: teoría y aplicación. 1a ed. – ISBN 978-987-9285-43-5, Luján, Universidad Nacional de Luján

Cárdenas, T. 1999. Proyectos Turísticos: Localización e Inversión. Editorial Trillas. México, D.F.

Fontal. 2020. Cómo educar en patrimonio. Madrid, España: Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid. Dirección General de Patrimonio Cultural. Recuperado el 20/12/2020, desde: <https://www.comunidad.madrid/cultura/patrimonio-cultural/libro-educar-patrimonio>

Linares Fleies, C.; Moras Puig, P.; Rivero Baxter, Y. 2004. La participación, dialogo y debate en el contexto cubano”. Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello.

United Nations (2017) Resolution adopted by the General Assembly on 6 July 2017, Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development (A/RES/71/313 Archivado el 23 de octubre de 2020 en Wayback Machine.)

Plan Estratégico 2012-2015 de la REXUNI, aprobado por el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN) en el Acuerdo Plenario N° 811/12. Disponible en:

https://www.unl.edu.ar/extension/wp-content/uploads/sites/4/2016/11/288_institucionalplan-estrategico-cin.pdf

Moras Puig, P. (2004). Participación Subjetividad e investigación Cualitativa. En Linares Fleites, C.; Moras Puig, P.; Rivero Baxter, Y. La participación, dialogo y debate en el contexto cubano. Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello.

UNESCO. Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención de 1972. 2005

Mesa de Trabajo N°3: Los circuitos turísticos patrimoniales como ejes motivadores del turismo cultural y comunitario (desde un abordaje de sustentabilidad)

EXPERIENCIA EN LA REVALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL, CULTURAL Y PRODUCTIVO DE PUNTA INDIO

Rossi Elisabet, Ravea Nela, Soto Solange, Taus Yamila, Molinari Gloria, Ascurra Sabrina
Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

RESUMEN

El presente trabajo busca visibilizar las labores realizadas por el equipo del proyecto de Extensión Universitaria “Ruralidad y Turismo en Punta Indio y Magdalena”, el cual fue financiado por Dirección de Gestión Territorial de la Prosecretaría de Políticas Sociales de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de La Plata desde el año 2020 hasta el 2022, con intenciones de reanudarlo en el presente año.

El proyecto inicialmente abarcaba los partidos de Punta Indio y Magdalena, donde se sitúa el Parque costero del Sur, declarado por MaB-UNESCO Reserva Mundial de Biosfera, ubicada sobre el margen derecho del Río de La Plata, Provincia de Buenos Aires. Dicha reserva natural y cultural es un ecosistema de gran valor ecológico y por tanto con un alto grado de vulnerabilidad ambiental, lo cual genera en los pobladores cambios y tensiones en sus modos de relación con el lugar que habitan, así como en los productores, dificultades en la valoración de los procesos de producción que prioricen la conservación de los bienes naturales y culturales.

En este contexto, se abordó al territorio como una construcción social de un espacio físico y simbólico caracterizado por la existencia de una base de recursos naturales específicos, determinadas relaciones sociales, instituciones y formas de organización, una identidad compartida, y ciertas formas de producción, intercambio y distribución del ingreso que hace que el entramado socio institucional y productivo local, presente características únicas (Rozenblum, Guastavino y Trímboli, 2010³³).

Por lo planteado, para el desarrollo del proyecto se propusieron dos objetivos principales:

- El fortalecimiento y revalorización de la trama productiva local mediante el desarrollo de un turismo rural como articulador social y productivo de los emprendimientos comunitarios.
- La participación activa de estudiantes, graduados/as y docentes, en el desarrollo de actividades vinculadas a la comunidad y así construir sus propias experiencias en territorios e incorporar nuevos conocimientos desde la práctica.

Se consideró, además, que, para alcanzar un verdadero desarrollo del turismo rural, la actividad debía estar integrada a las singularidades territoriales y comunitarias, priorizando la conservación de los bienes naturales y las identidades culturales de los

³³ ROZENBLUM, C.; GUASTAVINO, M. Y TRIMBOLI, G.J. 2010. La revalorización de la identidad local como estrategia para el desarrollo territorial en el marco del Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable del INTA. II Congreso Internacional de Desarrollo Local. I Jornadas Nacionales en Ciencias Sociales y Desarrollo Rural. Universidad Nacional de La Matanza. San Justo, Prov. de Buenos Aires, Argentina.

destinos. Así como, la construcción de redes productivas locales/regionales desde una economía social y solidaria.

Para alcanzar dichos objetivos se desarrollaron espacios de encuentros itinerantes con pobladores/as, emprendedores/as y productores/as locales, tendientes al reconocimiento, valoración y sensibilización del contexto natural y cultural.

A consecuencia de la pandemia mundial por el COVID-19, el equipo tuvo que establecer estrategias para adaptarse y poder desarrollar el trabajo desde la virtualidad, sorteando nuevas problemáticas asociadas a la conectividad y limitaciones propias del contexto de encierro. Así, se realizaron 8 reuniones virtuales con productores y productoras, artesanos y artesanas, representantes de la Dirección de turismo, referentes de la Prosecretaría de Extensión Universitaria, como integrantes de otros proyectos también insertos en el territorio y vecinos y vecinas de las localidades de Magdalena y Punta Indio. En las mismas se propusieron distintas herramientas para construir en conjunto

A lo largo de estos encuentros se pudo conocer las dinámicas y problemáticas propias de cada localidad, como también a los actores sociales implicados e interesados en participar de la propuesta del proyecto, concluyendo así en centrar los esfuerzos en Punta del Indio y su circuito de producción artesanal. En esta localidad se observaron problemáticas como la insuficiente valorización del patrimonio paisajístico natural-cultural como unidad, la desconexión entre pequeños productores y turistas que frecuentan la región, como así también, la ausencia de redes relacionadas al desarrollo turístico local de base socio-comunitario, ambiental y patrimonial.

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

En el recorrido del proyecto, tanto de manera virtual como presencial, se visualizan tres "producciones" como resultados de la generación de vínculos con los actores sociales, la difusión y construcción en comunidad.

Por un lado, la participación en la Campaña "Promocioná tu Destino" propuesta por el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, la cual además de resultar en el video promocional de Punta Indio "Voces de Punta Indio" con las propias voces de los y las protagonistas, fue la forma de acercarse a la comunidad y conocerla de una manera amena, ya que abrió las puertas al trabajo territorial posterior. La producción del video se realizó en su totalidad a distancia con videos, fotos y audios cedidos por la comunidad, dado que en ese momento aún no se podía viajar al destino debido al aislamiento social y obligatorio.

Por otro lado, los integrantes del equipo de extensión participaron en la escritura de una historia vivida, titulada "Experiencias que inspiran" publicada en el libro "Redes de solidaridad y organización en pandemia", por la Editorial de la Universidad de La Plata. En la historia se relató la experiencia vivida por los extensionistas en cada encuentro y los desafíos para sostener el diálogo de saberes con los pobladores rurales, en un contexto de aislamiento social y obligatorio.

Por último, y ya en territorio, se construyó de manera colectiva un "Tríptico del Circuito Productivo Artesanal" en donde emprendedores, artesanos y artesanas plasmaron sus experiencias y servicios turísticos como complemento a los atractivos tradicionales de Punta del Indio. El tríptico fue difundido entre los visitantes del destino como una nueva propuesta turística en el verano 2022. El mismo se llevó a cabo en talleres presenciales

de intercambio de experiencias y saberes entre las y los destinatarios del proyecto priorizando la conservación de los bienes naturales y las identidades culturales de la Reserva de Biosfera Parque Costero del Sur.

Desde el plano académico, parte del equipo conforma el plantel docente del Seminario “Repensando el Turismo desde otras perspectivas y sus desafíos” dictado en la carrera de Licenciatura en Turismo en la FCE-UNLP, en el cual se presentó el caso del proyecto de extensión con sus implicancias en el territorio, los modelos vigentes de desarrollo turístico y los diversos modos de participación comunitaria desde una visión sistémica de la complejidad ambiental. Esta perspectiva propone acortar las distancias entre el conocimiento generado en el aula al construido en territorio desde la práctica profesional.

CONCLUSIONES

Del trabajo en territorio, ya sea el virtual o el presencial, se pudo aprender que habitar en una Reserva de Biósfera genera en los pobladores y pobladoras cambios y tensiones en sus modos de relación con el lugar, así como en las y los productores rurales dificultades en la valoración de los procesos de producción que prioricen la conservación de los bienes naturales y culturales.

Por tanto, hay un largo camino por recorrer... A la brevedad se espera volver a trabajar en territorio articulando con los diferentes actores sociales para poder seguir construyendo desde el intercambio del saber académico con los saberes de la comunidad local de la mano de la extensión universitaria

Sin más, algunos interrogantes y desafíos a futuro son poder acercarnos a responder las preguntas ¿Cómo podemos seguir construyendo un turismo comunitario desde, con y para el territorio? ¿Cuál es el rol de la extensión universitaria en estos contextos tan dinámicos y conflictivos?

MESA DE TRABAJO 4

Heterodoxias
turísticas: nuevas
modalidades,
prácticas y
experiencias del
turismo en y
desde los bordes

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Mesa de Trabajo N°4: Heterodoxias turísticas: nuevas modalidades, prácticas y experiencias del turismo en y desde los bordes.

AUSCHWITZ: MEMORIA Y SACRALIZACIÓN DEL ESPACIO

Dawidiuk Carlos Luciano.

Universidad Nacional de Luján

El complejo de Auschwitz fue el más grande de los campos de concentración (Konzentrationslager) nazis y funcionó entre 1940 y 1945, en los suburbios de Oświęcim, una ciudad polaca que había sido anexada por el Tercer Reich en el marco de la guerra. Además del campo de concentración original (el Stammlager KZ Auschwitz I), estaba conformado por un campo de exterminio (Vernichtungslager), KZ Auschwitz II-Birkenau, y un campo de trabajo forzado, KZ Auschwitz III-Monowitz.

El hecho de haber sido un campo de concentración y, a la vez, de exterminio, sumado a la escala y al modo en que se instrumentaron las operaciones de asesinato masivo lo convirtieron en una metonimia del Holocausto/Shoah/Jurbn. Según Hilberg, ello se debió también por lo menos a tres de sus características: (1) allí murieron más judíos que en cualquier otro lugar; (2) fue un centro de asesinatos internacional, con víctimas de todo el continente europeo; (3) y estos crímenes continuaron teniendo lugar allí mucho después de que otros centros de exterminio de la Europa ocupada fueran destruidos (Hilberg, 1994:81). Pero, al mismo tiempo, su configuración compleja hace que la generalización de las experiencias de los y las sobrevivientes se torne imposible, puesto que están condicionadas por el lugar en el que estuvieron recluidos, el trabajo asignado, el estatus nacional o “racial” atribuido, su género, su fe, etc.

Ello no ha impedido, sin embargo, que desde la creación del Museo Estatal de Auschwitz-Birkenau (que, como lo indica su nombre, solo engloba gran parte de lo que fueron Auschwitz I y II), y sobre todo desde su declaración como Patrimonio de la Humanidad en 1979 por la UNESCO, se haya ido construyendo una “memoria dominante” (Huener, 2003), basada en la narrativa del “martirio” nacional polaco, hasta la caída del comunismo. Y aunque desde 1989 el museo se ha esforzado por dar un lugar justo en la conmemoración a todos los grupos de víctimas, continúan existiendo vestigios de aquellos viejos marcos de la memoria (Halbwachs, 2004).

Por todo esto, en este trabajo buscaremos explorar los modos en los que este sitio de memoria se constituyó como un “espacio sacralizado”, sobre el que se sostuvo aquella narrativa dominante, que le permitió al estado polaco instrumentalizarlo como un lugar para la disputa política. Pero también atenderemos a los actos de resistencia, a las formas en que se añadieron marcas de memoria particulares al paisaje por fuera de esa “memoria dominante” o a las prácticas que aún enmarcadas dentro de esa narrativa contribuyeron a socavar el régimen comunista. Nos interrogaremos, por último, en qué medida aquella sacralización del espacio continúa vigente en torno a la función del museo como representación más adecuada del pasado traumático.

Para esto, exploraremos bibliografía específica sobre los procesos de memoria y la historia del memorial, fuentes visuales del Archivo del Museo Estatal de Auschwitz-Birkenau y el registro escrito y fotográfico de nuestra visita en el año 2018.

La sacralización del espacio es entendida en este trabajo de una manera muy específica, en relación también concreta al sitio de memoria de Auschwitz y a la representación compleja del pasado que encarna.

En este sentido, más que pensar en lo sagrado como un atributo o propiedad que caracteriza o emana de un objeto o lugar, asociado casi exclusivamente a lo divino o lo religioso, aquí lo concebimos como una relación dinámica, cambiante, que se vincula siempre tanto a un carácter trascendente que se contrapone a (y pone en evidencia) los límites de la experiencia humana, como a prácticas concretas que toman la forma de la repetición ritual.

Si entendemos al espacio desde la concepción dialéctica que proponen Lefebvre (2013) y Soja (1996), como un producto (y al mismo tiempo un producir) devenido del movimiento constante, simultáneo y complejo, entre el mundo material (“espacio percibido”), las representaciones del espacio (“espacio concebido”) y la dimensión experiencial o empírica que opera sobre estos dos (“espacio vivido”), su sacralización no puede pensarse en relación solo a una de estas formas en que percibimos, comprendemos y/o vivimos el espacio. Por ello también debe ser entendida tanto en relación a los aspectos materiales concretos del sitio en cuestión, como a los límites y posibilidades de su diseño y de las representaciones que operan en torno a él y de las acciones ejercidas a partir y sobre estas dimensiones.

Los restos del complejo de campos de Auschwitz suscitaron una serie de problemas y dilemas desde el mismo momento en que se convirtieron en tal cosa. No solo constituían los vestigios que daban cuenta de uno de los modos más terribles en que los nazis habían instrumentado el genocidio, sobre cuya materialidad muchos supervivientes confiaban en poder imprimir una veracidad más densa a su testimonio, sino también un cementerio en el que se hallaban las cenizas y restos de los cuerpos profanados y brutalmente asesinados de una cantidad incalculable de víctimas, sobre todo judías.

La propia materialidad de aquel sitio, entonces, impelía un deber de memoria ante semejantes crímenes. Como señala Bensoussan, al igual que la memoria individual, “la memoria colectiva se inscribe más en los lugares que en el tiempo, pues solo los lugares le permiten al tiempo estructurarse y generar relato, ellos solos hacen posible la construcción y la transmisión de una memoria colectiva” (2010:36). Sin embargo, la propia naturaleza de las prácticas sociales genocidas, “tanto aquella que tiende y/o colabora en el desarrollo del genocidio como aquella que lo realiza simbólicamente a través de modelos de representación o narración de dicha experiencia” (Feierstein, 2007:36), condiciona las posibilidades de elaboración de esos relatos y de la constitución de la memoria.

Por ello es crucial concebir al genocidio como un proceso que “se inicia mucho antes del aniquilamiento y concluye mucho después, aun cuando las ideas de inicio o conclusión sean relativas para una práctica social, aun cuando no logre realizar todos los momentos de su propia periodización” (Feierstein, 2007:36). Las prácticas genocidas, a diferencia

de otras masacres o matanzas masivas, poseen un carácter “cuasi metafísico” en la medida en que no solo implican la destrucción de los cuerpos, sino también la de “los seres vivientes que ellos fueron”, en su pretensión de “modificar el rostro del mundo” (Bensoussan, 2010:25). De ahí, la necesidad de “redimir”, en el sentido propuesto por Benjamin (2011:6-8), ese pasado que persiste en un presente, en mayor o menor medida, moldeado por la acción de los perpetradores.

De este modo, resulta necesario reparar en la realización simbólica de las prácticas sociales genocidas, dado que el genocidio no culmina con su realización material, sino que se realiza “en el ámbito simbólico e ideológico” (Feierstein, 2008:131). Esto implica, entonces, apelar al carácter procesual de los procesos genocidas, en el que no solo resulta central determinar las formas de alterización (y la consecuente esencialización de identidades) que resultaron fundamentales para su implementación material y las propias condiciones de su desarrollo, sino también las dificultades posteriores en la dinámica de los procesos de construcción de memorias y su impacto en la acción social en relación a las posibilidades y limitaciones en la caracterización de las víctimas.

Respecto a esto, resulta interesante reparar lo señalado Bensoussan, quien ve en el “tumulto memorial” y la “cacofonía de las conmemoraciones” que caracterizan a nuestra época, pero que ya cuentan con una larga historia, no lo opuesto al “tabú” sino su otra cara: un “hablar sin fin para no decir lo esencial” (2010:12). Así, divisa un vínculo entre esa superabundancia de prácticas y sitios memoriales con el nacimiento de una “religión civil”, en la que el pasado se pone al servicio de un ritual conmemorativo que conlleva una función eminentemente identitaria. Esa investidura de lo memorial, que “implica una transferencia de lo religioso a lo profano”, favorecería el “culto a la memoria” erigido como una garantía de la propia identidad ante el sentimiento de nuestra condición precaria y nuestra finitud, como también a la vergüenza de formar parte de la misma especie que los asesinos y el temor ante la posibilidad de ser víctimas potenciales de estos crímenes. Pero dicha “tristeza infinita induce a la búsqueda infinita de un reconocimiento que ninguna respuesta, sin embargo, llegará a cambiar” (Bensoussan, 2010:12-13).

Auschwitz puede propiciar, entonces, lo que LaCapra denomina lo “sublime negativo” o la “sacralización desplazada” (2005:47). De este modo, puede dar lugar a un “trauma fundacional” que puede servir de cimiento de la identidad, que al mismo tiempo puede implicar un sentimiento de “fidelidad al trauma” que conduciría a “una preocupación compulsiva por la aporía, un duelo incesante, melancólico e imposible y una resistencia a la elaboración” (LaCapra, 2005:47).

De ahí la importancia de atender a la cuestión de la realización simbólica de las prácticas sociales genocidas y los modos en estas se tornan narrables (o conmemorables mediante discursos no narrativos). Como señala Feierstein, recurriendo a la noción de “identidad narrativa” de Paul Ricoeur (1996), los actos de memoria, entendidos como procesos creativos, instituyen relatos tanto en el plano individual como en el intersubjetivo, que al establecer tramas causales entre “lo que fue, lo que no pudo ser y lo que es” posibilitan la constitución identitaria sea como sujetos o como pueblos desde el presente (Feierstein, 2012:121). De este modo, lo que resulta relevante es la articulación de un sentido y una coherencia que constituye la continuidad identitaria a través del tiempo que posibilita la acción sobre el presente, más allá de la medida en que los elementos narrativos verídicos

o ficcionales puedan corresponderse o ajustarse a lo efectivamente acontecido (Feierstein, 2012:122). Por lo que también, dichas narrativas (pero podríamos añadir también prácticas asociadas a discursos no narrativos), pueden evidenciar “síntomas” de aquellas dificultades asociadas a la “fidelidad al trauma” que señalábamos” y permitirnos cierta valoración sobre las formas más adecuadas de representar ese pasado traumático.

En relación a esta cuestión, resulta conveniente recordar que además de formular su acción genocida en términos de una presunta lucha por la supervivencia racial, los nazis también lo hicieron en términos “fóbicos, prácticamente rituales, que implicaban horror a la contaminación y la degradación y un deseo de liberación, regeneración e, incluso, redención” (LaCapra, 2005:147). Así, se puede decir que la obsesión por la aniquilación de los judíos, como así también de los gitanos, minusválidos, los comunistas, los homosexuales y los eslavos, no operaba únicamente en un registro racial, pseudo-científico y político, sino también mágico, ritual o pseudo-religioso.

En este sentido, aunque sin ser un factor exclusivo, único ni determinante del genocidio nazi, es posible identificar un carácter “sacrificial” en la instrumentalización de la violencia hacia y, finalmente, en el exterminio de esos elementos definidos como un “otro contaminante” o “alguien de afuera” (LaCapra, 2005:147). Ello nos conduce nuevamente a pensar lo sublime negativo, pero esta vez en relación a los perpetradores, “como una secularización de lo sagrado y del deseo de trascender radicalmente las condiciones habituales y la banalidad, incluidos los límites morales” (LaCapra, 2005:147). Esta conversión del trauma, que implica el asesinato masivo, en fuente de “júbilo extático” y su vínculo y confusión perversa de la trascendencia con la transgresión extrema que destruye y supera los límites normativos, tal como propone LaCapra, nos muestra los peligros que pueden entrañar las narrativas y representaciones que parten de esa fidelidad a un trauma fundacional que mencionábamos antes (entendible en el caso de las víctimas, aunque seguramente no deseable en la medida en que obstaculiza la elaboración) y pone en evidencia los problemas que giran en torno a la realización simbólica del genocidio.

BIBLIOGRAFÍA

- Agamben, G. (2011). “¿Qué es un dispositivo?”. *Sociológica*, 26 (73), 249-264
- Baer, A. (2006). *Holocausto. Recuerdo y representación*. Madrid: Losada.
- Benjamin, W. (2011). *Conceptos de filosofía de la historia*. Buenos Aires: Agebe.
- Bensoussan, G. (2010). *¿Auschwitz por herencia?* Barcelona: Anthropos.
- Feierstein, D. (2007). *El genocidio como práctica social*. Buenos Aires: FCE.
- Feierstein, D. (2008). *Seis estudios sobre genocidio*. Buenos Aires: Editores del Puerto.
- Feierstein, D. (2012). *Memorias y representaciones*. Buenos Aires: FCE.
- Halbwachs, M. (2004). *Los marcos sociales de la memoria*. Barcelona: Anthropos.

- Hilberg, R. (1994), "Auschwitz and the Final Solution". En Gutman, Y. y Berenbaum, M. (eds.), *Anatomy of the Auschwitz death camp* (pp. 81-92). Bloomington: Indiana University Press.
- Huener, J. (2003). *Auschwitz, Poland and the Politics of Commemoration, 1945-1979*. Athens: Ohio University Press
- LaCapra, D. (2005). *Escribir la historia, escribir el trauma*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- LaCapra, D. (2006). *Historia en tránsito*. México: FCE.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing
- Löwy, M. (2005) *Walter Benjamin: aviso de incendio*. Buenos Aires: FCE.
- Osorio Olave, D. (21 de octubre de 2021). "El museo como espacio sagrado". Recuperado de <https://bit.ly/3FJL6Xc>.
- Ricoeur, P. (1996). *Sí mismo como otro*. Madrid: Siglo XXI.
- Staroselsky, T. (2015). "Consideraciones en torno al concepto de experiencia en Walter Benjamin". X Jornadas de Investigación en Filosofía, 19 al 21 de agosto de 2015, Ensenada, Argentina.
- Soja, E. (1996). *Thirdspace*. Oxford: Blackwell.
- Teklik, J. y Mesnard, P. (2011). "El viaje a Auschwitz: ¿turismo de la memoria o turismo cultural?". En Fleury, B. y Walter, J. (comps.), *Memorias de la piedra. Ensayos en torno a lugares de detención y masacre* (99-116). Buenos Aires: Ejercitar la memoria editores.
- Thanassekos, Y. (2011). "Los procesos de calificación, descalificación y recalificación de los lugares de la memoria (1950-2000)". En Fleury, B. y Walter, J. (comps.), *Memorias de la piedra. Ensayos en torno a lugares de detención y masacre* (45-54). Buenos Aires: Ejercitar la memoria editores.
- Wróbel, P. (1997). "Double memory: Poles and Jews after the Holocaust". *East European Politics and Societies*, 2 (3), 560-574.
- Zubrzycki, G. (2006). *The Crosses of Auschwitz*. Chicago: University of Chicago Press.
- Zubrzycki, G. (2011). "History and the National Sensorium: Making Sense of Polish Mythology". *Qual Sociol*, 34, 21-57.
- Zubrzycki, G. (2013). "Narrative Shock and Polish Memory". En Silberman, M. y Vatan, F., *Memory and Postwar Memorials* (95-115). New York: Palgrave MacMillan.

Mesa de Trabajo N°4: Heterodoxias turísticas: nuevas modalidades, prácticas y experiencias del turismo en y desde los bordes.

HETERODOXIAS TURÍSTICAS Y REDEFINICIÓN DE LUGARES. APUNTES A PARTIR DE DOS EXPERIENCIAS PATAGÓNICAS

Flores Fabián, Giop Marcos.

CONICET, Universidad Nacional de Luján.

Carlos Cáceres.

CONICET, Universidad Nacional de Luján, Universidad Nacional de San Martín

INTRODUCCIÓN

Desde hace ya varias décadas se vienen socavando algunos de los postulados primordiales que han caracterizado al turismo como práctica social, sobre todo aquellos vinculados al mundo moderno y sus lógicas. La idea del turismo como ámbito de ruptura con la esfera de lo cotidiano (y del trabajo, sobre todo), las intenciones del ocio como principal motor de búsqueda, y las motivaciones y perfiles de “los turistas”, como también “los lugares de destino” son algunos de los blancos más atacados a la hora de repensar las prácticas turísticas que florecen estos tiempos contemporáneos.

Cacciutto *et. al.* (2020) sostienen que: “que las nociones de turismo masivo y turismo alternativo han sido elaboradas en base a las experiencias de destinos turísticos internacionales, en un inicio europeos, y luego replicados en otras regiones del mundo (principalmente Centroamérica y Caribe, Sudeste Asiático, África y Oceanía), y que son de difícil correspondencia con la realidad de ciertos destinos sudamericanos, y argentinos especialmente” (p. 105).

En otros trabajos previos (Flores y Cáceres, 2019; Flores, 2020) hemos esbozado la idea de pensar estas modalidades en clave de heterodoxias turísticas más que de alternatividad, en la medida en que se ubican en los bordes y suelen remitir a prácticas liminares donde lo turístico no es el único componente del viaje. Por ello, recuperar estas otras dimensiones, experiencias, situaciones, habilita a una mayor complejidad del fenómeno por fuera de una simple oposición entre un modelo y otro.

Situados en esta perspectiva, la ponencia plantea analizar el proceso de redefinición de lugares turísticos a partir de dos experiencias heterodoxas: las visitas al Penal del fin del Mundo en Ushuaia (Tierra del Fuego) y el consumo de paisajes relacionados a avistajes de ovnis en Las Ovejas (Neuquén). Ambos casos comparten una serie de características que las sitúan en los umbrales de las prácticas turísticas convencionales, y más allá de las singularidades de cada una, nos parece válido avanzar sobre un esquema más general que nos dé la posibilidad de compararlas en torno a tres aspectos centrales: en primer término, las morfologías y los actores del proceso de producción del espacio turístico; en segunda instancia, una perspectiva puesta en los visitantes que indague en los perfiles, las motivaciones y las prácticas; y finalmente la construcción de los atractivos y los imaginarios turísticos imperantes. Este conjunto de dimensiones ancladas espacial y temporalmente, y puestas en diálogo conducen a interpretar la redefinición de lugares ligados a prácticas turísticas heterodoxas.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Tanto desde algunas perspectivas sociales y culturales del turismo, como desde los propios viajeros comenzó a haber un giro en la forma de concebir a la propia actividad, pasando de entender al turismo meramente como una práctica social para pasar a interpretarlo como una experiencia atravesada por corporalidades y emocionalidades. En estas direcciones, se comenzó a hablar de “turismo experiencial” o “turismo vivencial”, donde la experiencia turística no sería otra cosa que un conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales y/o intelectuales, que son percibidas de manera diferente por los viajeros, desde el mismo momento en que planifican su viaje, lo disfrutan en el destino elegido e incluso cuando vuelven a su lugar de origen y recuerdan esa experiencia (Carballo y Moreno-Gil, 2015). Dentro de la amplia variedad de experiencias turísticas, nos interesa centrarnos en las llamadas “heterodoxias turísticas”.

La condición de heterodoxias no solo se vincula a la idea de ser experiencias poco convencionales, más porosas y menos frecuentes dentro del campo, sino que además, subvierten aspectos centrales de la práctica turística en sí, como el hecho de concebir al turismo como una actividad exclusivamente ligada al ocio. Lejos de esto, el ocio y el tiempo libre son un componente más (inclusive a veces subsidiario) dentro del viaje, ya que las motivaciones, los intereses y las prácticas pueden encaminarse a otros fines, como el caso de los viajes místicos donde el desarrollo de experiencias espirituales o sagradas constituye el corazón de la movilidad. También estas morfologías turísticas socavan otro principio clásico de la actividad, asociada habitualmente al goce y el placer. Nuevas emociones se ponen en escena en las prácticas heterodoxas: el sufrimiento, el miedo, la melancolía o la angustia pueden ser las articuladoras de los recorridos a determinados lugares, como el sitio donde nacieron los ancestros, los lugares donde se ejerció el terror o destinos atravesados por topofobias (Tuan, 2007). Por ello las experiencias de viaje suelen ser múltiples: experiencias corporales y emocionales, aprendizaje, experiencias prácticas y experiencias transformadoras. (Aho, 2001). El visitante busca exactamente eso, apreciar algo diferente, aprender algo nuevo, descubrir las diferencias de ese lugar con respecto al de su origen y volver con una historia y emociones vividas (Rivera Mateos, 2013). Asimismo, el viaje, además de ser un desplazamiento a un lugar específico, es un viaje interior donde se llevan a cabo las distintas prácticas ancladas espacialmente.

En estas modalidades turísticas heterodoxas hay dos aspectos que adquieren centralidad: la construcción de los atractivos (y los imaginarios que operan en ese sentido), y las prácticas que llevan a cabo los sujetos cuerpo/sujetos sentimiento. Ambas tienen anclaje espacial y redefinen la organización de los territorios.

La construcción de los atractivos es otro tema central a la hora de abordar estas experiencias “de borde”. Así, cuando se hace mención a los atractivos no debe dejarse de lado la idea clave de construcción de la atractividad; esto es el proceso social y temporal a través del cual, ciertos atributos pasan a ser seleccionado y puestos en valor para la actividad turística, en un contexto que no es neutro, sino que por el contrario conflictivo, y donde se juegan relaciones asimétricas de poder (Bertoncello, 2009). Así, los atractivos materializan el resultado de ese proceso social de construcción de la atractividad, en el que se articulan intereses, ideas y representaciones de sujetos -situados en distintos ámbitos geográficos y a distintas escalas- con los atributos materiales locales” (Bertoncello, Castro y Zusman, 2003: 285).

Las heterodoxias turísticas suelen demandar situaciones específicas respecto del proceso de producción de la atractividad que está mediado por dos componentes centrales: la singularidad de los lugares y las narrativas (e imaginarios) que operan al respecto. Lo que

condensa ambos componentes es el paisaje, entendido como un producto social que es resultado de la transformación colectiva de la naturaleza, pero también como la proyección cultural de una sociedad o un grupo en un ámbito determinado (Nogué, 2007). Estos paisajes son centros de significado que expresan también aspiraciones, emociones, experiencias, fantasías, pero asimismo son reflejo y fuente de poder (relaciones de género, clase, religiosidad, raza, edad, etc.).

En esos casos, los atractivos refieren a paisajes materiales concretos con características específicas (geomorfológicas, hidrológicas, climatológicas, biológicas, etc.) pero también se ligan a imágenes y narrativas que estampan en estos paisajes tradiciones, sucesos, acontecimientos, propiedades extraordinarias, y lo dotan de sentido. Así, los atractivos se construyen en un complejo interjuego de ida y vuelta entre materialidad e inmaterialidad condensada temporalmente en el paisaje a consumir.

Finalmente, y antes de entrar a analizar los dos casos patagónicos, nos parece interesante pensar ambas experiencias en el marco regional, a partir de su pertenencia a una región como la Patagonia donde el turismo es una actividad fundamental y articuladora de esos territorios. Desde hace varias décadas se fueron consolidando imaginarios que apelan a la potencialidad turística de estos “confines del mundo” como “último relicto de la naturaleza intocada”, sitios donde “la naturaleza prístina” se manifiesta en la “belleza”, “excepcionalidad” y “plenitud de sus paisajes” (Almirón, 2008). En estas imágenes se combina el imaginario de la lejanía con el de la otredad y el de ser “santuario de la naturaleza” (Bertoncello, 2012). Imágenes que luego impactan en las prácticas de los viajeros, en la reconfiguración de los lugares y las representaciones sobre los paisajes que posteriormente se condensan y circulan al retorno del viaje.

METODOLOGÍA

La ponencia se sustenta en un estudio comparativo, utilizando la casuística para tratar de indagar en las regularidades y especificidades que tienen ambas heterodoxias. El abordaje es cualitativo y se trabajó con una serie de estrategias metodológicas que incluyeron el trabajo de campo experiencial, las entrevistas semi-estructuradas, la recopilación de material periodístico local y regional, el análisis visual de dispositivos de promoción turística (folletos, afiches, redes sociales, páginas *web* oficiales y no oficiales, etc.) para luego triangular los datos en pos de comparar las experiencias turísticas.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir del análisis minucioso de ambas experiencias resultan modalidades que revelan prácticas turísticas singulares y muy disímiles pero que, sin embargo, reproducen esquemas análogos y dan cuenta de patrones que se repiten en ambas experiencias. Tanto el caso neuquino como el otrora fueguino refieren a experiencias turísticas relativamente nuevas que se activaron durante las últimas dos décadas y en el contexto del paso de un turismo más ligado a paradigmas propios de la modernidad a otro mucho más laxo y multifacético. Este marco temporal, además, se conjuga con un marco espacial clave: el pertenecer a la misma región turística que le imprime particularidades comunes a los imaginarios turísticos presentes, a pesar de estar a cientos de kilómetros la una de la otra. El dejar atrás la idea de experiencias turísticas alternativas y pensarla en clave de heterodoxias turísticas (como hemos planteado en este artículo) supone abandonar la rigidez de una mirada situada solamente en las intenciones de los turistas y viajeros para pasar a otra perspectiva que pretende erosionar los esquemas con los que estudiamos habitualmente este tipo de prácticas y donde lo que convencionalmente hemos catalogado

como turístico (vinculado exclusivamente al ocio) hoy estalla en múltiples dimensiones y direcciones.

La geografía cultural del turismo constituye un horizonte fructífero para evaluar este tipo de experiencias que, por su carácter heterodoxo, nos invitan a ampliar la imaginación geográfica, a convocar una perspectiva mucho más inclusiva, abierta y transdisciplinaria, y a adicionar herramientas que nos permitan recuperar toda la complejidad que este tipo de casos demanda.

BIBLIOGRAFÍA

- Aho, S. (2001), "Towards a general theory of touristic experiences: Modeling experience process in tourism", *Tourism Review*, 56(3-4):33-37.
- Almirón, A. (2008), "Turismo, naturaleza y sociedad en la Patagonia argentina. El destino turístico Los Glaciares", en Bertoncello, R. (comp.), *Turismo y geografía –lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Ciccus, Buenos Aires.
- Bertoncello, R. (2009), *Turismo y geografía –lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*, Buenos Aires: Ciccus.
- Bertoncello, R. (2012), "Los imaginarios de espacios distantes a partir del turismo" en Lindón, A y Hiernaux, D. (dirs.), *Geografías de lo imaginario*, Barcelona: Anthropos Editorial; México: Universidad Autónoma Metropolitana- Iztapalapa, Pp. 205-222.
- Bertoncello, R.; Castro, H. y Zusman, P. (2003) "Turismo y patrimonio: una relación puesta en cuestión". En: Bertoncello, R. & Alessandri, C. (Comps.) *Procesos territoriales en Argentina y Brasil*, Facultad de Filosofía y Letras (UBA).
- Cacciutto, M.; Castellucci, D.; Roldán, N.; Cruz, G.; Corbo, Y. y Barbini, B. (2020), "Reflexiones a propósito del turismo masivo y alternativo. Aportes para el abordaje local", *Aportes y Transferencias*, 18(1):103-119.
- Carballo, R. y Moreno-Gil, S. (2015), "La creación y promoción de experiencias en un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidades de actuación", *Cuaderno de turismo*, (35):71-94.
- Flores, F. (2020), "Prácticas turísticas heterodoxas y lugares sagrados. Experiencias de contactismo en la Zona Uritorco", *Geograficando*, 16(2): s/p, FHyCH, UNLP.
- Flores, F. y Cáceres, C. (2019). "Heterodoxias turísticas. Lo exótico y misterioso como atractivo turístico en los valles Calchaquíes de Salta", *Posición*, (1):1-24, INIGEO, UNLu.
- Nogué, J. (2007), *La construcción social del paisaje*, Colección Paisaje y Teoría, Biblioteca Nueva: Madrid.
- Rivera García, M. (2013), "El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural", en Rodríguez García, L.; Roldán Tapia, A. (Coord.) *Relaciones interculturales en la diversidad*, pp. 199-217.
- Tuan, Y. (2007), *Topofilia: un estudio de las percepciones, actitudes y valores sobre el entorno*, Melusina.

Mesa de Trabajo N°4: Heterodoxias turísticas: nuevas modalidades, prácticas y experiencias del turismo en y desde los bordes.

TRANSFORMACIONES DEL ESPACIO LITORAL DE PUERTO MADRYN (DESDE FINES DEL SIGLO XIX A LA ACTUALIDAD)

Blanco Verónica Mariela.

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco

INTRODUCCIÓN

Diversos factores hacen atractivos a los espacios litorales y conducen de manera espontánea o planificada a convertirlos en destinos turísticos. A partir de procesos geomorfológicos, históricos y socioculturales han ido variando, tanto su funcionalización como su valorización de los mismos como, consecuentemente, sus transformaciones. Éstas mayormente son antrópicas y conducen a entorpecer el equilibrio natural. Todas las actividades productivas, y el turismo en particular, requiere una funcionalización complementaria. Es decir, precisan de infraestructura y servicios para que pueda concretarse y necesitan del arribo y permanencia de turistas en cuanto usuarios del recurso. Además, deberán garantizarse canales de abastecimiento y acceso a servicios y considerar la gestión de residuos, tanto sólidos como líquidos, generados en dicho espacio.

Según González – Kuk (2018), la valorización turística de un espacio que hasta la fecha no tenía dicho uso se denomina “turistificación”, muchas veces impulsada por diferentes agentes institucionales en el marco de políticas públicas que se enfocan a promoverlo. El objetivo de este trabajo de investigación es analizar las transformaciones, funcionalización y valorización del espacio litoral de Puerto Madryn a partir del establecimiento de etapas en la que se identifican usos y actividades, elementos patrimoniales, impactos ambientales y actores sociales intervinientes. Para ello, se debe contemplar por un lado la oferta, en el espacio inagotable donde se localiza y se articulan recursos humanos, técnicos, financieros, etc., y por otro lado la demanda, usuaria del espacio de ocio. Asimismo, es necesario considerar la estacionalidad del turismo, la cual podría dificultar la profesionalización repercutiendo sobre la calidad de los servicios ofrecidos. En este sentido, el estudio de la evolución de un territorio y su realidad actual permiten proponer soluciones a los problemas detectados, o bien, prevenirlos a futuro.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Según Benseny (2006), la redefinición del modelo de implantación turística está dada por factores determinantes como la búsqueda de autenticidad, la diferenciación en la experiencia turística, la valoración del medio natural y de los espacios degradados, entre otros. Esto se manifiesta en destinos maduros a través de la construcción de alojamientos complementarios, continuando con una oferta estandarizada y masiva que no favorece al ambiente ya degradado.

Como lo establece Vera Rebollo (1997), la redefinición de un modelo turístico ante el estancamiento y declive de la demanda, lleva al surgimiento de nuevas estrategias turísticas para el espacio litoral de iniciativa local, en pos de su rejuvenecimiento. Ejemplo de ello serían los planes estratégicos.

Siguiendo a Pearce (1988), los factores que influyen en el potencial turístico de un espacio son el clima, las condiciones físicas, los atractivos, la accesibilidad, la tenencia y uso del suelo, las restricciones, los incentivos, entre otros. Por su parte, Lozato Giotart (1990) clasifica a los factores en naturales, humanos y técnicos. Éstos últimos consideran al turismo de negocios, congresos, eventos y deportes. Mientras que Callizo Soneiro (1991) también incluye en su clasificación factores económicos, culturales, políticos e incluso información. Y Barrado (2001) hace lo propio, contemplando cinco categorías: condiciones físicas, accesibilidad, propiedad del suelo, marco legal y entorno sociocultural. Este autor agrega también condiciones de temperatura, precipitaciones y viento, además de otras cualidades sociales como la infraestructura y servicios.

METODOLOGÍA

La presente investigación es exploratoria y descriptiva, con un enfoque cualitativo. Se trata de un análisis geohistórico aplicado al espacio litoral turístico de Puerto Madryn. En primer lugar, se realizó una revisión bibliográfica de fuentes secundarias que permitió identificar hechos que permitieron establecer una periodización y se tuvieron en cuenta los componentes del subsistema físico-natural, socio-económico y jurídico-administrativo que siguiendo a Barragán Muñoz (2006), exigen un análisis crítico, permanente y holístico por tratarse de un espacio singular, también definido como “*espacio problema o espacio de conflictos*”. Luego, se recurrió al análisis de fotografías y a la observación directa para describir las transformaciones territoriales y los efectos producidos por el desarrollo de la actividad turística. Finalmente, se propusieron medidas de mitigación y pautas de acción en pos de su sostenibilidad.

Para ordenar el análisis, se consideraron en primer lugar, el desembarco de los galeses, la construcción del ferrocarril y los primeros idicios de lo que sería una ciudad balnearia. En segundo lugar, se describen las décadas en que la actividad subacuática comienza a desarrollarse y se instala la industria que se convertiría en la principal actividad económica. Luego, en tercer lugar, se describen hechos de las décadas en que el desarrollo del turismo y demás actividades continuaron desarrollándose y se inicia un proceso de planificación estratégica. Finalmente, en cuarto lugar, la etapa de gran crecimiento poblacional y posicionamiento del destino a nivel nacional e internacional. De este modo, se establecieron las siguientes etapas:

Etapas 1: Fines del S XIX y primera mitad del S XX

Etapas 2: Período 1950-1970

Etapas 3: Décadas de los años ochenta y noventa

Etapas 4: Comienzos del SXXI hasta la actualidad

Se describieron las transformaciones espaciales y los impactos económicos, socioculturales y ambientales, tanto con connotación positiva que invitan a su potenciación, como negativa, las cuales requieren mitigación o corrección.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La interpretación del entramado de usos y actividades, elementos patrimoniales, impactos ambientales y actores sociales presentes en el espacio litoral de Puerto Madryn a lo largo del tiempo permite una mejor comprensión de sus transformaciones, funcionalización y valorización, más allá de la evolución de la oferta y el comportamiento de la demanda en términos globales.

A partir del análisis realizado, la observación directa del área de estudio y el uso de fotografías, en el espacio costero de Puerto Madryn se identifican transformaciones a lo

largo del tiempo, producidas debido a la acción antrópica sobre el ambiente. En cada etapa se advierten obras y usos que interfieren en las geoformas del litoral, los que se intensificaron con el incremento de la población y especialmente con el desarrollo del turismo de sol y playa. El espacio litoral adquirió una funcionalidad y una valorización que, con la concentración de equipamiento y servicios, el espacio litoral fue ejerciendo presiones sobre dicho territorio.

El crecimiento de Puerto Madryn como destino turístico coincide con lo que Molina (2004) describe como un tipo de turista que aparece en la década de los años ochenta, con más conciencia ecológica, con nuevas expectativas de viajes, que busca el contacto con la naturaleza y un equipamiento e instalaciones de bajo impacto ambiental. Así surgió un tipo de turista con nuevos gustos y preferencias, en contraposición con aquel turista tradicional. Y ya en el Siglo XXI se impone el Turismo Responsable, entendido como una práctica turística que reduce al mínimo los impactos negativos, usa instalaciones locales, demuestra un comportamiento cultural apropiado, adopta sensibilidad hacia el medioambiente e interactúa con los anfitriones, comportamientos que se han acelerado con el contexto de pandemia COVID-19.

Ahora bien, para el rejuvenecimiento de un destino que en su ciclo de vida alcanzó la etapa de amesetamiento o declive y presenta condiciones como para revertir tal situación y minimizar los impactos negativos, será necesaria una planificación integral con participación de todos los agentes de desarrollo, también denominados “actores” por Moreno Castillo (2007).

La transformación territorial del espacio litoral de Puerto Madryn estuvo directamente relacionada a su desarrollo turístico espontáneo con una progresiva manifestación de efectos, los cuales se intensifican sin una adecuada planificación integral y sin participación de todos los actores sociales.

Ciertos usos costeros, la balnearización, la litoralización y la urbanización provocaron un aumento de la presión sobre la franja litoral, el paisaje costero, los recursos pesqueros y otros recursos naturales. Esto también se intensifica si la planificación urbana es inadecuada o está ausente.

Este trabajo deja en claro que las transformaciones del espacio costero se han intensificado a partir de la década de los años noventa y que es necesaria una planificación y gestión integral del mismo para fortalecer y sostener en el tiempo su vocación turística de forma responsable, minimizando los impactos negativos y en equilibrio con otras actividades y usos que se producen en dicho espacio. Se requiere la definición de políticas y estrategias de gestión integral, con un enfoque participativo y una visión a largo plazo que garantice la sustentabilidad económica, socio-cultural y ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrado, D. y Calabuig, J. (2001) Geografía mundial del Turismo. Ed. Síntesis.
- Barragán Muñoz, J. (2006) Medioambiente y desarrollo en Áreas Litorales. Introducción a la Planificación y Gestión Integradas. Universidad de Cádiz.
- Benseny, G. (2006) *El espacio turístico litoral*. Revista Aportes y Transferencias. Tiempo Libre, turismo y Recreación, 10, (2). Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Callizo Soneiro, J. (1991) Aproximación a la geografía del turismo. Ed. Síntesis.
- González – Kuk et al. (2018) *La turistificación de los espacios rurales en la Península de Yucatán*. en Agro productividad, 11 (8), 69-76.
- Lozato Giotart (1990) *Geografía del turismo. Del espacio contemplado al espacio consumido*. Ed. Masson.

Molina, S. (2004) *Fundamentos del nuevo turismo* Ed. Centro de Emprendimiento e Innovación.

Moreno Castillo (2007) *Manejo Integral costero. Por una costa más ecológica, más productiva y sostenible*. Universidad de las Islas Baleares

Pearce, D. (1988) “*Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográfica*” Ed. Trillas. México

Vera Rebollo, F., López Palomeque, F., Marchena Gómez, M. y Antón Clavé, S. (1997) *Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo*. Ed. Ariel. Barcelona, España

Mesa de Trabajo N°4: Heterodoxias turísticas: nuevas modalidades, prácticas y experiencias del turismo en y desde los bordes.

UN CASO DE PROMOCIÓN ESTATAL DEL TURISMO RELIGIOSO. EL CAMINO DE BROCHERO (CÓRDOBA, ARGENTINA)

Puglisi Rodolfo.

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de Argentina

INTRODUCCIÓN

A partir de la canonización en el año 2016 del cura Brochero (1840-1914), tuvieron lugar una vasta cantidad de obras con financiamiento estatal en diferentes sitios claves de la biografía de Brochero en la provincia de Córdoba. En este sentido, el gobierno de la provincia de Córdoba, a través de la Agencia Córdoba Turismo, realizó distintas obras en Villa Santa Rosa de Río Primero (lugar de nacimiento del ahora santo), en ciudad de Córdoba (donde curso sus estudios) y en Villa Cura Brochero (donde realizó su actividad en la adultez). En línea con estas acciones, en febrero de 2023 el gobernador de Córdoba, Juan Schiaretti, presentó el “Camino de Brochero”, un trayecto que conecta estos tres puntos de la provincia de Córdoba, sumando un recorrido total de 240 kilómetros. En efecto, la ruta inicia en la localidad del departamento de Río Primero, en el Paraje de Carreta Quemada. Allí nació Brochero, fue bautizado y transcurrió su infancia y adolescencia. A continuación, a tono con la historia biográfica de Brochero, el recorrido llega a la capital cordobesa, donde estudió y completó su formación religiosa como párroco. La ruta finaliza en la ciudad de Villa Cura Brochero, donde ejerció su actividad pastoral y social en la adultez y vejez [Figura 1].

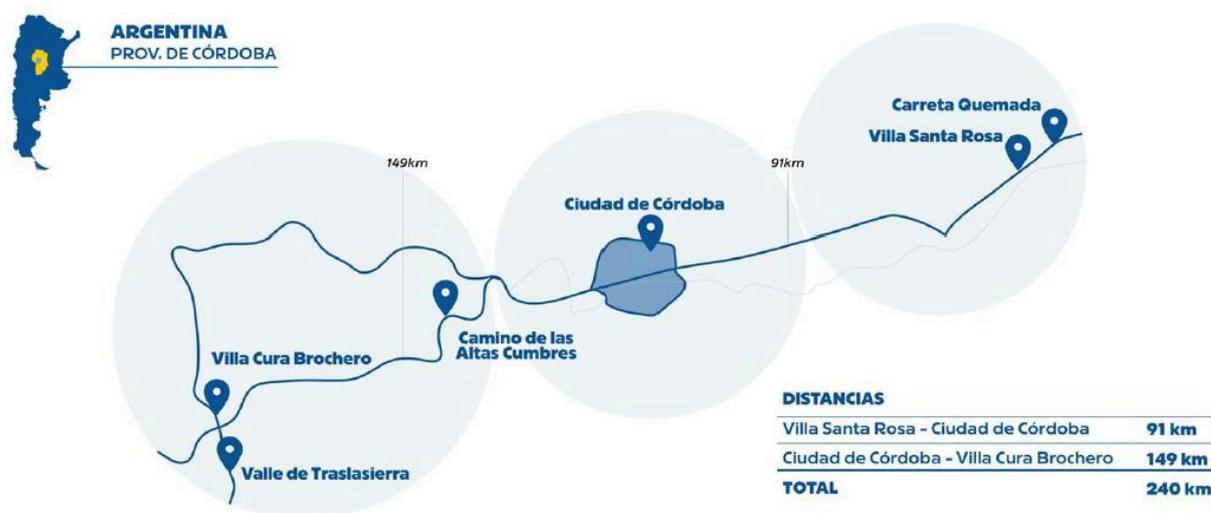


Figura 1: Camino de Brochero. Fuente: Gobernación de Córdoba

En este trabajo nos proponemos describir el Camino de Brochero así como reflexionar sobre los procesos de turistificación, a través de la construcción de atractivos turísticos, y la explícita promoción estatal del denominado “turismo religioso”.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Para discutir estos fenómenos recuperaremos reflexiones de investigadores referidos a los programas de desarrollo turístico articulados con el patrimonio de una región (Almirón, Bertoncetto y Troncoso, 2006; Sassone, 2007; Carballo 2009; Santarelli y Campos, 2012), discusiones sobre turismo y peregrinación (Flores, 2011, 2018) y sobre la construcción social del patrimonio (Prats, 1997, 2005; Rotman, 2004; Crespo, Losada y Martín, 2007; Lacarrieu, 2016; Pérez Winter, 2018).

METODOLOGÍA

Los datos en los que nos basamos proceden del trabajo de campo etnográfico que estamos llevando a cabo del movimiento brochero en la Argentina contemporánea, investigación enmarcada en una agenda de indagación antropológica. Asimismo, nos valemos de notas periodísticas y de los portales web gubernamentales que difunden y promocionan los fenómenos de los que nos ocupamos en este trabajo.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Recuperando la hagiografía del santo cura Brochero, se discutirán los procesos de patrimonialización desplegados por los organismos estatales y la promoción de este patrimonio como eje de desarrollo a través del turismo religioso en la devoción al cura Brochero, focalizándonos en el caso del “Camino de Brochero”. Asimismo, dado que éste se trata de un atractivo turístico planeado como una ruta peregrina, discutiremos cuestiones relativas a la conversión del patrimonio en atractivo turístico donde se dan fenómenos que implican tanto una resignificación del patrimonio por las prácticas turísticas (conversión en mercancía a ser consumida), así como una redefinición del turismo resemantizándolo ya no como una actividad superflua o meramente recreativa, sino como una de índole cultural, educativa, espiritual, etc. En este sentido, recuperaremos debates en torno a las categorías de “peregrinos” y “turistas”.

BIBLIOGRAFÍA

- Almirón, A.; Bertoncetto, R. y Troncoso, C. (2006). Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*. Vol. 15, pp. 101-124.
- Carballo, C. (2009). *Cultura, territorios y prácticas religiosas*, Buenos Aires: Prometeo.
- Crespo, C.; Losada, F. y Martín, A. (Editoras) 2007 *Patrimonio, políticas culturales y participación ciudadana*. Buenos Aires: Antropofagia.
- Flores, F. (2018). Luces y sombras del turismo religioso. *Anuario de la División Geografía*, pp. 147-158.
- Flores, F. (2011). ¿Turistas o peregrinos? Prácticas en torno al fenómeno religioso en San Nicolás de los Arroyos. *Transporte y Territorio*, N° 5, pp. 72-88.
- Lacarrieu, M. (2016). La alteridad y el exotismo en clave patrimonial turística. Aportaciones de la antropología. *Quaderns*, 32, pp. 123-143.

Pérez Winter, C. (2018) *Patrimonio y procesos de patrimonialización en dos pueblos de la provincia de Buenos Aires*, Argentina: Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires.

Prats, L. (1997). *Antropología y Patrimonio*. Barcelona: Ariel.

Prats, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*, **21**, pp. 17-35.

Rotman, M. (2004). *Antropología de la Cultura y el Patrimonio*. Córdoba: Ferreira Editor.

Santarelli, S. y Campos, M. (Coord.).(2012). *Territorios culturales y prácticas religiosas: nuevos escenarios en América Latina*, Bahía Blanca, ediUNS.

Sassone, S. (2007). Migración e identidad cultural: construcción de “lugares bolivianos” en la Ciudad de Buenos Aires. *Población Buenos Aires*. D.G.E.yC., (4)6.

Mesa de Trabajo N°4: Heterodoxias turísticas: nuevas modalidades, prácticas y experiencias del turismo en y desde los bordes.

UN PANORAMA DEL TURISMO OVNI/EXTRATERRESTRE EN LA ARGENTINA

Flores Fabian, Giop Marcos.
CONICET, Universidad Nacional de Luján

INTRODUCCIÓN

Las formas que adoptan las modalidades turísticas parecen ser cada vez más diversas, complejas y novedosas. El crecimiento de los “turismos de nicho” y la búsqueda de experiencias “alternativas” están copando lugares que, antes, poseían formas más convencionales de turismo.

Dentro del mundo de las heterodoxias turísticas de lo sagrado (Flores, Cáceres, 2019) emerge el turismo ovni (Otamendi, 2015) o turismo extraterrestre (Tarlow y Mills, 1998) como una actividad turística pero también como una experiencia sagrada (Flores, 2020). Esta modalidad desencadenó una serie de experiencias y prácticas que pusieron en valor sitios transformándolos en nuevos atractivos y redefiniendo su condición de lugares de/para el turismo.

Desde este marco, la ponencia se propone evañuar los principales destinos activos de turismo ovni en la Argentina a partir de tres dimensiones centrales: la construcción de los atractivos, el rol de los actores y la producción de los lugares.

MARCO TEÓRICO

Tanto los estudios sociales del turismo, como las propias prácticas turísticas experimentan un incesante proceso de transformaciones que se ha acelerado en las últimas dos décadas. Nuevas modalidades, lugares y demandas de viajeros son algunas expresiones de ese cambio sostenido.

En términos generales se suele apelar a una especie de desplazamiento que se produjo en las prácticas turísticas hacia formas más laxas (o alternativas) de desarrollar la actividad, sugiriendo la existencia de viajeros ávidos de “vivir experiencias no convencionales” que produzcan alguna transformación personal y “auténticas”, corriéndose de las formas más “convencionales” del turismo masivo. Así, el turismo como experiencia comienza a eclipsar al turismo como práctica.

Más allá de las denominaciones y de los vicios clasificatorios (Flores, Cáceres, 2019), estas formas –además– proponen la imagen de un sujeto turístico comprometido, consciente y sensible con los entornos socioculturales y naturales donde despliegan sus actividades, y cuya búsqueda incluye una multiplicidad de opciones (económicas, sociales, espirituales, personales, etc.). Igualmente, implica el desarrollo de prácticas liminares que se traducen en experiencias y/o vivencias que, en muchos casos, generan cambios en la subjetividad de los propios viajeros (Gorgone, 2015).

Respecto de los lugares, los destinos seleccionados se supeditan a ámbitos que presentan singularidades geográficas que posibilitan desarrollar ese tipo de prácticas y experiencias. No debe ser cualquier lugar, sino aquellos que poseen características físicas y representaciones simbólicas que habilitan la contingencia de esas experiencias del viaje. Asimismo, se hace necesario situar estas formas turísticas contextualmente, poniéndola en diálogo con otras dimensiones políticas, económicas, sociales y culturales, e identificar el conglomerado de actores que operan a lo largo de todo el proceso y la trama de relaciones en la que se insertan.

Dentro del amplio universo de estas morfologías heterodoxas (Flores, Cáceres, 2019) emerge “el turismo ovni” (Otamendi, 2015) o “turismo extraterrestre” (Tarlow y Mills, 1998) como una actividad turística pero también como una experiencia ritual y sagrada (Flores, 2020). Esta modalidad desencadenó una serie de experiencias y prácticas espaciales que pusieron en valor ciertos sitios transformándolos en nuevos atractivos y redefiniendo su condición de lugares de/para el turismo, sobre todo porque las singularidades de su desarrollo, los discursos espaciales que se ponen en escena, las prácticas y las experiencias de los que las llevan a cabo se sitúan en una zona intersticial entre lo turístico y lo sagrado (Flores, 2020).

METODOLOGÍA

Partimos de un insumo previo: una cartografía ufológica realizada en 2022 que materializa y localiza todas las formas espaciales relacionadas con el universo ufológico de la Argentina (ver: <https://bit.ly/3Li2TrU>). Esta cartografía expresa la forma en que se espacializan esos dispositivos territoriales y, además, constituye un insumo central para evaluar los casos activos de turismo ovni/extraterrestre en la Argentina, objetivo de esta ponencia. El trabajo de búsqueda de sitios y fenómenos de interés para los objetivos planteados resulta complejo y demandante de una gran minuciosidad, ya que ese universo de manifestaciones ufológicas o extraterrestre es muy diverso y cuenta con una gran cantidad de recovecos de difícil y complejo acceso; es necesario tener conocimientos básicos del vocabulario específico ufológico, reconocer instituciones oficiales y no oficiales, grupos de aficionados (con todas las tensiones y disputas que existen entre ellos) y analizar el fenómeno desde el punto de vista de las prácticas turistas y sus derivaciones geográficas. En nuestro caso, el resultado obtenido no es definitivo y el mapeo está abierto a ser modificado, ampliado, repensado. Por un lado, el fenómeno analizado es dinámico y sería incorrecto pensar que la cartografía resultante no se encuentre en esa misma condición. Por otro lado, por la amplitud, complejidad y variabilidad de componentes implicados puede estar sujeto a potenciales errores involuntarios, que una vez detectados se buscarán enmendar.

Esta cartografía -entonces- se elaboró a partir de un amplio arsenal de fuentes documentales, periodísticas, testimonios, entrevistas, blogs y otros insumos de Internet, páginas oficiales y folletería turística. El mapa se produjo sobre la base de la herramienta de Google, My Maps, geocalizando los principales componentes seleccionados del universo ufológico con una breve descripción y fotografía.

A partir de ello conjugamos herramientas cualitativas basadas en el análisis de entrevistas, documentos vinculados a las reglamentaciones turísticas, y etnografías web que permitieron explorar todo un universo del material visual disponible (páginas web, folletos turísticos, redes sociales, canales de YouTube, etc.).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El turismo ovni/ET en la Argentina es una actividad que muestra un sostenido crecimiento e interés por parte de los viajeros, los estados y emprendedores turísticos. Si bien ya se cuenta con un núcleo altamente consolidado de más de tres décadas y media como es Capilla del Monte, la emergencia de nuevos atractivos y prácticas vinculadas a éstos es una realidad que se viene fortaleciendo notablemente en los últimos años.

“En esta nueva frontera del turismo, los centros turísticos ya no están limitados a atractivos físicos y repetibles. Ahora pueden alcanzar los límites exteriores de la imaginación brindando a cada comunidad el potencial para desarrollar atractivos no existentes, mientras que al mismo tiempo se pueden crear empleos reales y oportunidades económicas” (Tarlow y Mills, 1998: 267). El despegue de las experiencias dependerá de las capacidades de los actores para motorizar imaginarios, imponer lógicas y desarrollar medios que permitan a los interesados poder llevar adelante este tipo de experiencias turísticas heterodoxas.

La construcción de la cartografía ufológica da cuenta de la presencia de muchos insumos que pueden funcionar (algunos ya funcionan) como atractivos del turismo ovni/ET, ya sean “zonas calientes”, ciudades míticas o santuarios extraterrestres. La puesta en valor de estos contenidos ufológicos y su explotación turística está en sintonía con patrones que se repiten (no solo en Argentina y el Mundo) pero también con singularidades o excepcionalidades que permiten crear marcas de distinción a los atractivos locales.

Las zonas activas que detectamos en el territorio nacional muestran estadios de desarrollo muy distintos, esquemas de puesta en valor y narrativas presentes similares y desafíos inciertos respecto de su continuidad en el tiempo. Lo cierto es que “más allá que los atractivos se basen en hechos creíbles o ficticios, la realidad turística implica el desarrollo de eventos concretos, empleos remunerados, oportunidades económicas y ganancias materiales” (Otamendi, 2015: 65).

BIBLIOGRAFÍA

Flores, F. (2020). “Prácticas turísticas heterodoxas y lugares sagrados. Experiencias de contactismo en la Zona Uritorco”. *Geograficando*, 16(2), s/f. FHyCH, UNLP. Doi: 10.24215/2346898Xe074.

Flores, F. y Cáceres, C. (2019). “Heterodoxias turísticas. Lo exótico y misterioso como atractivo turístico en los valles Calchaquíes de Salta”, *Posición*, 1(1), 1-24, UNLu.

Gorgone Pampín, A. (2015). “El viaje turístico como viaje sagrado: análisis de experiencias turísticas desde la mitología y función psicológica del mito”. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos-ABET*, 5(1), 8-21.

Otamendi, A. (2015). “El viaje interno. Símbolos, narrativas y turismo ovni en creyentes de los extraterrestres de la Argentina”. *Tesis presentada de Doctorado en Antropología de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos*.

Tarlow, P. y Mills, A. (1998). “Turismo Extraterrestre y Hospitalidad: la cuarta dimensión”. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, (7):258-269.

MESA DE TRABAJO 5

Carreteras y Rutas Turísticas: gobernanza, sostenibilidad y desarrollo territorial en Iberoamérica

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Mesa de Trabajo N°5: Carreteras y Rutas Turísticas: gobernanza, sostenibilidad y desarrollo territorial en Iberoamérica

LA RUTA DE LA PLATA, ITINERARIO TURÍSTICO DEL OCCIDENTE ESPAÑOL (GIJÓN-PUERTO DE SEVILLA POR LA N-630)

Hortelano Mínguez Luis Alfonso.

Departamento de Geografía, Universidad de Salamanca.

Mansvelt Beck Jan.

Universidad de Amsterdam

INTRODUCCIÓN

El eje meridiano en el occidente de España constituye un itinerario natural de unión y de comunicación, según algunos autores, ya hollado en la prehistoria por manadas de herbívoros en busca de alimento estacional. Con el paso de los años, la acción humana aprovechó el camino y los collados entre las montañas abiertos por los animales para sobreponer las diferentes categorías de la red viaria. La primera traza y estructura ingenieril de la vía llegó de la mano de los romanos con la construcción de la calzada *Iter ab Emerita Asturicam* que vinculaba las ciudades de Mérida (Emerita) con Astorga (Asturica). Posteriormente, en los años de la Edad Media el trazado se transformó en la vía pecuaria Cañada Real de La Vizana o de La Plata que enlazaba los puertos de la Cordillera Cantábrica con los espigaderos del sur.

Las obras de la actual carretera N-630 dieron comienzo por tramos a mediados del siglo XIX con un claro objetivo relacionar las regiones españolas con el fin de poder exportar las producciones agrarias locales. En la segunda mitad del siglo decimonónico se plantea desarrollar el ferrocarril transversal, como arteria de unión de las costas del norte y del sur poniendo en relación el puerto de Gijón y el de Cádiz, ceñido al trazado de la carretera. La inauguración oficial de la sección de la línea férrea entre Plasencia y Astorga (347 kilómetros) por parte de la Compañía del ferrocarril del Oeste de España tuvo lugar el 21 de junio de 1896 tras la finalización de las estaciones, los túneles, los viaductos de fábrica y los puentes metálicos. Recientemente, en el umbral del siglo XXI, se ha sumado en este corredor la impronta de la Autovía A-66 «Ruta de la Plata» en parte paralela y en otras ocasiones enfrentada a la carretera N-630 y a la línea férrea.

El eje de la Ruta de la Plata, una de las principales vías de comunicación administrativa, militar y comercial de España, tiene su origen en la prehistoria al aprovechar el tronco natural donde el paso de las culturas nos ha legado un variado patrimonio. El objetivo de la investigación es analizar la franja que atraviesa la Ruta de la Plata para constatar que se trata de un itinerario con un aprovechamiento turístico y los principales hitos patrimoniales en los que se sustenta.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La modalidad turística basada en las rutas e itinerarios surge de una forma espontánea pero que a lo largo de estas últimas décadas se ha institucionalizado por parte de las recomendaciones de los organismos internacionales y de las administraciones

responsables de la planificación turística. Las rutas e itinerarios se consolidan gracias al patrimonio territorial que atraviesan al concitar numerosos y variados recursos naturales y culturales e infraestructuras destinadas a los visitantes. Este segmento, el turismo de carretera aprovecha todo tipo de antiguas vías de la red de comunicación, presenta diferentes productos ligados a un turismo sostenible y «*slow tourism*». El estudio del caso de la Ruta de la Plata se inserta en los antecedentes teóricos descritos.

METODOLOGÍA

El proceso de la investigación parte de una primera fase de documentación sobre el tema de estudio mediante la revisión de diversos repositorios bibliográficos y fuentes primarias. Las plataformas digitales nos han alumbrado en todo lo relacionado con las publicaciones y, sobre todo, los artículos históricos en revistas especializadas. Al mismo tiempo, hemos consultado los archivos históricos en busca de las memorias y mapas de los proyectos y, también, la revisión de la hemeroteca con la consulta de las noticias periodísticas del siglo XIX.

Posteriormente, hemos recurrido a la solicitud de información a instituciones y asociaciones vinculadas con la temática y al vaciamiento de catálogos e inventarios patrimoniales. El procesamiento de la recopilación de los datos históricos y de las bases de datos actuales, con la ayuda de la cartografía histórica y temática, nos ha permitido el análisis y la discusión de los resultados para constatar nuestra pregunta de investigación.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los mayores problemas del occidente español son la despoblación y la atonía económica que deriva en una imagen territorial inhóspita. En cambio, la historia presenta el oeste, de norte a sur, como un espacio codiciado y vivido por numerosos pueblos que han dejado sus huellas culturales. Junto al patrimonio cultural edificado e inmaterial, hay que sumar un rico paisaje, que desde el siglo XIX se vertebra con modernas vías de comunicación. La demanda del mercado turístico demanda nuevas modalidades y segmentos turísticos asociados a modelos sostenibles y lentos y, el turismo de carretera por la Ruta de la Plata, puede ser un caso exitoso.

BIBLIOGRAFÍA

- Cabo Alonso, A. (1995). *Remotas y recientes huellas en el solar salmantino*. Centro de Estudios Salmantinos. Salamanca.
- Cabo Alonso, A. (2002). Los caminos históricos y sus obstáculos fluviales. *Estudios Geográficos*, LXIII, 471-492.
- Español Echániz, I. (2007). Los valores paisajísticos de la Red Local de Carreteras. *Revista de Obras Públicas*, 3.478, 31-40.
- García Faria, P. (1917). Medios y vías de comunicación de la Península Ibérica en los tiempos prehistóricos. *Revista de Obras Públicas*, Año LXV, 2188, 413-419.
- García González, L. (2004). Los grandes ejes territoriales turísticos peninsulares: la dificultad de planificar, articular y consolidar productos turísticos espaciales: el ejemplo de la vía de la Plata. *Cuadernos Geográficos*, Vol. 34 (1), 145-162.
- Lozano Belloso, M. (2007). El proyecto Alba-Plata (1998-2004): Ruta patrimonial de Extremadura. *Revista de Estudios Extremeños*, Vol. 63, 2, 585-597.
- Marchena Gómez, M. y Velasco Martín, A. R. (1997). La Ruta de la Plata como eje de desarrollo turístico interregional especial atención al caso andaluz. *Homenaje a Luis Alfonso González Polledo*. Universidad de León, León, 251-261.

- Morán, C. (1950). Antiguas vías de comunicación en salamanca. *Revista de Obras Públicas*, tomo 2828 (3), 602-615.
- Mariñas Otero, E. J. (1991). La vía de la Plata. Itinerario turístico cultural. *Estudios Turísticos*, 109, 109-128.
- Pedrosa, A.; Martins, F. & Breda, Z. (2022). Tourism routes: a scoping review. *European Journal of Tourism Research*, 32, 3216.
- Quintana Pedrós, I. (1990). *La Ruta de la Plata (Gijón-Sevilla por la N-630)*. Alsa Grupo, S. A. Principado de Asturias.
- Roldán Hervás, J. M. (1971). *Iter ab Emerita Asturicam. El camino de la Plata*. Salamanca.
- Torbado, J. (1988). *Camino de plata*. RENFE. Los Libros del tren. Serie Viajes. Madrid.
- Vaca Lorenzo, A. (2002). La Vía de La Plata a su paso por Salamanca. *Salamanca, Revista de Estudios*, 48, 13-50.

Mesa de Trabajo N°5: Carreteras y Rutas Turísticas: gobernanza, sostenibilidad y desarrollo territorial en Iberoamérica

A IMAGEM DA ESTRADA NACIONAL 2: O CONTRIBUTO DO PODER LOCAL

Frias Catarina, Ferreira Cardoso Carlos.

CEGOT, Facultad de Artes y Humanidades, Universidad de Coimbra.

Guerreiro Sérgio.

Nova School of Business and Economics

INTRODUÇÃO

Cerca de 739 Km's de estrada unem Portugal de lés-a-lés. A Estrada Nacional 2 (EN2) é a maior em extensão do país e uma das maiores do mundo. Relativamente a estes dados é de salientar o facto de atravessar o país pelo seu interior mais remoto, passando essencialmente através de territórios de baixa densidade populacional.

A EN2 ganhou especial relevância turística com a pandemia, primeiro para o turismo interno e agora também com visibilidade no turismo externo. A projeção de uma imagem assente na segurança, autenticidade, património natural e cultural, muito têm contribuído para a divulgação da EN2 enquanto produto turístico nacional. No entanto, importa referir que além desta condição, a EN2 é uma infraestrutura de mobilidade que liga 35 municípios, sendo cada um deles um destino turístico em si, com a sua própria gastronomia, património, eventos, etc.

Na constatação do facto anteriormente descrito nasce o interesse pela análise do potencial da Estrada Nacional 2 enquanto elemento competitivo e diferenciador versus unificador dos locais que atravessa. Assim, importará perceber qual a importância que os municípios atribuem à EN2 e de que forma a manifestam. Esta é então a grande questão de investigação deste trabalho que tem como principais objetivos perceber a forma como a Imagem da EN2 é (ou não) divulgada pela comunicação individual da cada um dos 35 destinos atravessados.

Num sentido mais lato, o que a investigação pretende é perceber se os municípios são efetivamente os maiores interessados na divulgação da EN2, e se aquilo que é a vontade política (o querer fazer), corresponde verdadeiramente ao que é feito e/ou divulgado através dos websites oficiais (que serão o meio de divulgação por excelência dos municípios). Tudo isto, com o intuito de melhorar a divulgação da imagem da EN2 com vista a que esta se possa efetivar como um atrativo diferenciador e competitivo para todo o território atravessado, em geral, mas também e sobretudo, para cada um dos municípios, em particular.

Para a validação dos objetivos definidos privilegiou-se uma metodologia mista assente na análise qualitativa de conteúdos dos websites oficiais dos 35 municípios atravessados pela EN2, informação essa que foi cruzada com a análise quantitativa dos inquéritos por questionário a que foram submetidos os responsáveis autárquicos pela EN2 dos referidos municípios.

No que respeita aos dados obtidos a partir dos questionários de salientar que estes foram tratados de forma anónima, por forma a não comprometer nenhum dos municípios e ou representante, uma vez que, o mais importante será apurar padrões gerais nas diretrizes políticas e analisar formas de gestão, com o intuito de obter/reconhecer boas práticas de

divulgação da imagem da EN2 que possam ser aplicadas por todos e com vista a efetivação de um marketing territorial assente na diferenciação e competitividade.

QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIAS

A Imagem é um dos construtos mais estudados em turismo (Pike, 2008), uma vez que, inclui uma grande diversidade de definições e aplicações que influenciam o comportamento do consumidor durante todo o processo da viagem – pré-experiência, viagem e pós-experiência (Agapito, Valle, & Mendes, 2013). É, pelo seu amplo sentido que se apresenta como fundamental e estruturante na divulgação da Rota da Estrada Nacional 2 – um produto turístico em afirmação.

O conhecimento da EN2 pelo estudo da Imagem traz implicações para a sua gestão, sobretudo na aplicação concreta da comunicação e do marketing, o que poderá permitir a diferenciação do produto/destino(s) e a assim influenciar a sua competitividade (Ritchie & Crouch, 2003); (Dwyer & Kim, 2003); (Andrades-Caldito, Sánchez-Rivero, & Pulido-Fernández, 2013); (Agapito, Valle, & Mendes, 2013) Agapito, et al., 2013).

Aliás, este será precisamente o papel do marketing territorial: promover e afirmar o território, pela valorização da identidade local e divulgação dos aspetos positivos, contribuindo para a construção de uma imagem positiva do território, quer para os residentes, quer no sentido de formular estratégias que captem determinados públicos-alvo, de acordo com interesses definidos (Barros & Gama, 2009).

Aplicado ao turismo, ou seja, à competitividade dos destinos turísticos, Ritchie & Crouch (2003) referem que um destino competitivo é aquele que é capaz de aumentar os gastos dos turistas no local e atrair cada vez mais visitantes enquanto proporciona satisfação e experiências memoráveis, fazendo-o de forma rentável e proporcionando uma melhoria de bem estar aos residentes, enquanto assegura a preservação do capital natural do destino para as futuras gerações. Por sua vez, Dwyer & Kim (2003) apresentam um modelo, em que destacam as condições de procura como uma variável determinante para a Competitividade dos Destinos Turísticos. Esta dimensão apresentada pelos autores Dwyer & Kim (2003) tem implicações em termos de imagem de destino, na medida em que refere como principais elementos; (i) procura/consciência que podem ser geradas por ações de marketing, por exemplo; (ii) percepção, liga à imagem projetada [vulgo, imagem institucional]; (iii) preferências do turista e alinhamento com a oferta do destino. Ritchie & Crouch (2010) também concordam com o ponto (i) ao considerarem que a consciência e a imagem de um destino podem qualificar ou amplificar a sua competitividade.

Competitividade e imagem surgem, desta forma, com uma grande conexão. Neste sentido, Chon (1990) debruçou-se sobre a revisão de literatura da imagem de destino, para concluir que as escolhas dos turistas são essencialmente feitas a partir da imagem que têm dos destinos, bem como, de acordo com as suas preferências. *A posteriori* a satisfação é considerada contrabalançando, por um lado, expectativas originadas com a imagem projetada do destino [neste estudo, intitulada de imagem institucional], por outro lado, pela percepção da imagem criada pelos turistas.

De salientar ainda que a imagem institucional dos destinos é geralmente centrada na imagem cognitiva, uma abordagem que Agapito et al. (2013) contestam, afirmando que é de extrema importância acrescentar a dimensão afetiva às estratégias de comunicação e marketing, aproximando assim, destino e consumidor.

METODOLOGIA

O presente estudo utiliza o questionário como método de análise quantitativa para responder à questão de investigação: qual a importância que os municípios atribuem à EN2 e de que forma a manifestam? Além disso, recorreu-se à análise de conteúdo enquanto método de análise qualitativa para cruzamento e sustentação da análise obtida a partir dos dados recolhidos por questionário.

Os questionários foram enviados via e-mail para os responsáveis municipais pela EN2 junto da Associação de Municípios da Rota da Estrada Nacional 2 (AMREN2), ou seja, um total de 35 questionários que foram posteriormente analisados com recurso ao programa de análise estatística SPSS.

Para a análise de conteúdo foram considerados os websites oficiais dos 35 municípios que pertencem à AMREN2 com o objetivo de perceber se integram nos seus conteúdos informação sobre a Estrada Nacional 2. A procura foi feita nas páginas principais, numa primeira fase, e quando não foram encontrados resultados precedeu-se a uma pesquisa dos termos mencionados no motor de pesquisa do próprio website.

A análise dos dados revela que apenas 5 municípios fazem referência à Rota da EN2 na primeira página/página inicial dos seus websites. Por sua vez, há 20 municípios que fazem referência à EN2 na secção de Turismo dos mesmos websites. De salientar ainda que 14 dos municípios analisados não fazem qualquer menção à Rota da EN2 (Tabela 1).

Tabela 1 - Referências à Rota da Estrada Nacional 2, por município, a partir de consulta realizada em dezembro de 2022

Municípios	1. ^a Página	Turismo	Municípios	1. ^a Página	Turismo
CHAVES	x	✓	VILA DE REI	x	✓
V. P. DE AGUIAR	x	✓	SARDOAL	x	✓
VILA REAL	x	x	ABRANTES	x	✓
STA. MARTA PENAGUIÃO	x	x	PONTE DE SOR	x	✓
RÉGUA	x	x	AVIS	x	✓
LAMEGO	x	x	MORA	x	✓
CASTRO DAIRE	x	✓	CORUCHE	x	x
S. P. DO SUL	x	✓	MONTEMOR-O-NOVO	x	✓
VISEU	x	✓	VIANA DO ALENTEJO	✓	✓
TONDELA	x	x	ALCÁCER DO SAL	x	x
S. C. DÃO	✓	✓	FERREIRA DO ALENTEJO	x	x
MORTÁGUA	x	✓	ALJUSTREL	x	x
PENACOVA	x	x	CASTRO VERDE	x	✓
V. N. POIARES	x	x	ALMODÔVAR	x	x
LOUSÃ	x	x	SÃO BRÁS DE ALPORTEL	x	✓
GÓIS	✓	✓	LOULÉ	✓	x
PEDROGÃO GRANDE	x	x	FARO	x	✓

SERTÃ	✓	✓			
-------	---	---	--	--	--

Fonte: Website dos 35 municípios da AMREN2; Elaboração Própria, 2023

Dos dados obtidos a partir dos questionários e, por forma a contextualizar, é de referir que os municípios consideram que a EN2 tem um maior impacto turístico e estratégico a nível nacional e/ou para o conjunto dos municípios atravessados (Md5) do que para os seus respetivos municípios (Md 4).

No que respeita ao estudo da Imagem é de referir que os municípios privilegiam, em termos de divulgação da EN2, os Postos de Turismo em primeiro lugar (Md 5; μ 4,66), a AMREN2 (Md 5; μ 4,57), os stakeholders (Md 5; μ 4,41) e, por último surgem então os websites (Md 4 ; μ 4,29). Os resultados vão ainda ao encontro das respostas que dão conta que é a AMREN2 que é atribuída a maior responsabilidade relativamente à divulgação/promoção da Imagem da EN2 (μ 4,88) contra uma média de 4,58 para os municípios. Turismo de Portugal e Entidades Regionais de Turismo surgem *em exequo* com uma média de 4,36. Em relação a estes resultados é de referir que embora os municípios atribuam uma menor responsabilidade na divulgação da Imagem da EN2 ao Turismo de Portugal, consideram que a EN2 teria a ganhar com uma estratégia de promoção “unificada para o conjunto da EN2” (Md 5 ; μ 4,52) em detrimento de uma estratégia de “personalizada à escala local” (Md 4 ; μ 3,97).

O *word-of-mouth* é apontado como o elemento essencial para a consolidação e aumento da notoriedade da Imagem da EN2 (Md 5; 4,13), sendo que os fóruns, blogs e vlogs surgem com uma média de 4,18 (Md 4) e os websites com uma média 4,13 (Md 4).

DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

O estudo evidencia que o potencial da EN2 é considerado muito mais numa escala global do que local, o que conseqüentemente compreende uma cedência da responsabilização com a Imagem para as instituições que atuam nessa mesma escala, como é o caso da AMREN2.

Ainda assim, os esforços locais que se desenvolvem são realizados privilegiando um contacto mais pessoal e efetiva, ora através dos Postos de Turismo ou dos stakeholders. Os websites, bem como outros meios de divulgação são remetidos para segundo plano e, possivelmente não há sequer conhecimento por parte dos decisores políticos sobre o tipo e/ou ausência de informação respeitante à EN2 nos seus órgãos de comunicação/divulgação oficiais. Estas constatações revelam ainda que, em termos de Imagem, os municípios estão mais conectados com a parte da experiência (os visitantes/turistas que têm), do que com o momento da pré-experiência ou a captação dos possíveis turistas/visitantes.

No estudo da Estrada Nacional 2, o estudo da imagem interessa nos seus diferentes contextos: (i) na forma como é difundida em termos institucionais; (ii) na forma como é percebida em contexto de pré-experiência pelos turistas/visitantes; (iii) na maneira como impacta no comportamento do consumidor durante a viagem; e, por fim, (iv) na forma como poderá ser divulgada/propagada no pós-viagem, modelando a intenção de viagem de outros consumidores e ou conduzindo à fidelização dos primeiros e, conseqüentemente, (v) possibilitando uma reestruturação (ou não) da imagem institucional que está a ser divulgada.

Neste caso, o estudo centrou-se apenas no primeiro aspeto, o que se apresenta como uma limitação, mas simultaneamente deixa em aberto a possibilidade, que poderá ser

interessante, para futuras linhas de investigação, aferir sobre a perceção dos turistas acerca da Imagem, global e local, que é institucionalmente projetada da Estrada Nacional 2.

BIBLIOGRAFIA

Agapito, D., Valle, P. O., & Mendes, J. d. (2013). The cognitive-affective-conative model of destination image: a confirmatory analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(5), 471-481.

AMREN2. (1 de JUNHO de 2020). <https://www.rotan2.pt/>. Obtido em 10 de JUNHO de 2020, de Rota Estrada Nacional 2: <https://www.rotan2.pt/>

Andrades-Caldito, L., Sánchez-Rivero, M., & Pulido-Fernández, J. I. (2013). Differentiating competitiveness through tourism image assessment: an application to Andalusia (Spain). *Journal of Travel Research*, 52(1), 68-81.

Barros, C., & Gama, R. (10 de 2009). Marketing territorial como instrumento de valorização dos espaços rurais: uma aplicação na rede das Aldeias do Xisto. *Cadernos de Geografia*, 28/29, 93-106.

Chon, K. (1990). The role of destination image in tourism: a review and discussion. *The Tourist Review*, 45(2), 2-9. doi:<https://doi.org/10.1108/eb058040>

Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.

Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Oxford: Routledge.

Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Washington: CABI Publishing.

Mesa de Trabajo N°5: Carreteras y Rutas Turísticas: gobernanza, sostenibilidad y desarrollo territorial en Iberoamérica

A IMPORTÂNCIA DO STORYTELLING PARA A COMUNICAÇÃO DA ROTA DA EN2: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA

Frias Catarina, Ferreira Cardoso Carlos.

CEGOT, Facultad de Artes y Humanidades, Universidad de Coimbra.

Guerreiro Sérgio.

Nova School of Business and Economics

INTRODUÇÃO

A Estrada Nacional 2 (EN2) constituiu-se no Plano Rodoviário a 11 de maio de 1945 pelo decreto-lei n.º 34593, é a via mais extensa de Portugal e é a única da Europa que atravessa longitudinalmente um país.

2020 foi um marco importante para esta estrada, uma vez que, em plena pandemia, celebrou 75 anos de existência enquanto estrada nacional e cerca de 4 anos enquanto Rota Turística legalmente constituída. Neste mesmo ano, atingiu o mais elevado número de visitantes até então e, simultaneamente começou-se a perceber uma divulgação crescente e prolifera em diversos meios de comunicação social, nacional e internacional, bem como, nas redes sociais.

As notícias, guias de viagem, programas de rádio e televisão, os blogues e vlogues, as publicações nas redes sociais de diversas personalidades da política, desporto e cultura, mas também de anónimos, multiplicaram-se fazendo aumentar o interesse e curiosidade acerca da Rota da EN2 e das formas e opções de trajeto que cada um faz durante a sua viagem.

É a partir desta constatação que surge este estudo de caso, que se fundamenta através da questão de partida: Tem o storytelling algum contributo para a crescente divulgação da Rota da EN2? E, cujos objetivos se centram na premissa defendida por Acharya & Rahman (2016) de que os destinos precisam efetivamente de estratégias de *branding* e de marketing diferenciadores para que possam ganhar vantagens competitivas e reputação face a outros destinos.

Para sustentação do estudo, centrado na observação, foi realizado um levantamento de material essencialmente noticioso, que pudesse fundamentar esta perceção.

QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIAS

Estudos sugerem que a experiência turística narrada tem sido o ingrediente-chave para o crescimento do turismo como uma indústria moderna (Bendix, 2002). As narrativas e relatos dos viajantes moldam e estruturam a experiência turística e despertam o desejo de novas explorações turísticas através das memórias de viajantes.

A este propósito surge o conceito de *storytelling*, que pese embora, possa ser apenas considerado enquanto forma de comunicação, é cada vez mais, um elemento

diferenciador na transmissão de qualquer mensagem. Uma característica que acrescenta valor e que, por isso, é hoje aplicada no mundo empresarial e estudada ao nível científico (Monarth, 2014).

O *storytelling* vê o seu potencial reconhecido sobretudo na forma como é capaz de comunicar memórias e na promoção por via do *word-of-mouth* (importante veículo de transmissão da imagem por parte dos turistas/visitantes), na medida em que, narrativas não apelam exclusivamente às emoções, elas também têm o poder de acrescentar um toque especial aos já estandardizados destinos turísticos.

É nesta linha de pensamento que Bryon (2012, p. 29) defende que,

“num mundo onde há um sem fim de produtos, serviços e destinos turísticos, em que todos pretendem afirmar-se como sendo únicos e não passam de meras cópias uns dos outros, as estórias tornam-se numa das poucas formas de venda exclusiva que os locais têm ao seu dispor”.

Ainda a este propósito, Pera, Viglia, & Furlan (2016, p. 45) dizem mesmo que,

semelhante à marca do produto, o storytelling é interpretado como uma forma de obter reputação pessoal que ajuda na promoção singular de algo único perante uma audiência assumida.

Esta caracterização do *storytelling* justifica a sua reputação enquanto atividade cocriativa que é exemplo de *empowerment* (Pera et al., 2016, p. 53), já que se apresenta como um elemento diferenciador, sobretudo, em mercados altamente competitivos, como é o caso do Turismo. A par disso, o *storytelling* é um importante elemento na ajuda que presta à familiarização com os produtos (Lee & Shin, 2014), “tornando as experiências mais participativas, focadas na qualidade e, tornando-as mais relevantes para o turista ao proporcionarem uma sensação de autenticidade” (Marujo, 2015, p. 4).

Assim, o *storytelling* pode ser entendido enquanto elemento agregador para a comunicação dos destinos, na sua aproximação aos turistas/visitantes, e consequentemente como recurso diferenciador para a competitividade dos mesmos. Ao serviço da imagem, o *storytelling*, pode ganhar relevo na medida em que, sendo a imagem do destino um fator elementar na escolha da viagem, é imprescindível promover e comunicar uma imagem que atraia (Almeida, Miranda, & Almeida, 2012).

METODOLOGIA

Este estudo de caso surge numa fase exploratória da investigação e está estreitamente relacionado com a observação empírica de um fenómeno crescente de informação sobre a EN2 nas redes sociais, onde proliferam grupos e comunidades de turistas/visitantes que além de partilharem informação, contam as estórias das suas viagens. Este facto não poderia passar despercebido, sobretudo, à luz daquilo que Beeton (2005, p.39) diz,

uma explicação para os Estudos de Caso continuarem a ser usados prende-se com a constatação de que aprender com aquilo que observamos é intrínseco ao desenvolvimento humano (...). Consequentemente, o estudo de caso é um processo que proporciona reconhecimento e uma compreensão imediata.

Da observação empírica do fenómeno EN2 nas redes sociais, partiu-se para o levantamento de informação que possibilitasse consolidar a teoria de que o *storytelling* contribui efetivamente para o aumento da comunicação nos órgãos sociais.

Na imprensa internacional especializada, o destaque dado à Estrada Nacional 2 começou em 2019, contudo é uma tendência que se vem acentuando. Neste caso, de salientar que a comunicação do destino é maioritariamente feita tendo por base comparativa a Route 66, nos EUA, como é facilmente perceptível pelos títulos de imprensa encontrados (Tabela 1). E, mesmo em termos nacionais é facilmente comparada com as congéneres internacionais - Route 66 e Ruta 40, na Argentina.

Tabela 1 - Publicações Internacionais sobre a Rota da Estrada Nacional 2

Nome da Publicação	Título	País	Data
The Irish Sun (Conway, 2020)	Dive N2 Portugal – Explore a great European alternative to Route 66	Escócia	10/06/2020
Meininger Weinwelt (Neubecker, 2020)	On the Road Again	Alemanha	04/2020
Stuttgarter Nachrichten & Stuttgarter Zeitung (Sommer, 2019)	Portugals version der Route 66	Alemanha	05 e 06/10/2019
Várias publicações (Hyams, 2019)	Der Reißverschluss Portugals	Alemanha	07/09/2019
Freizeitwochen (Günther, 2019)	Portugals unbekannte Schönheiten	Alemanha	28/08/2019
Neue Westfälische Zeitung (Juchtmann, 2019)	Portugals Route 66	Alemanha	10/08/2019
Hamburger Abendblatt (Lübbe, 2019)	Die andere Route 66	Alemanha	13/07/2019
Nürnberger Nachrichten & Nürnberger Zeitung (Mückl, 2019)	Unterwegs auf der “Route 66” Portugals	Alemanha	29/06/2019
RAD Touren	Unterwegs auf der portugisischen ROUTE 66	Alemanha	03/2019
Neue Zürcher Zeitung (Lübbe, "Route 66" auf Portugiesisch, 2019)	“Route 66” auf Portugiesisch	Suíça	22/03/2019

Fonte: Elaboração Própria (2020) com base em (AMREN2, 2020) e pesquisa Google

No caso de Portugal é em 2020 que se dá o boom de informação sobre a EN2, ao multiplicaram-se as iniciativas de promoção e divulgação da Rota enquanto destino turístico, sobretudo através das Redes Sociais e em programas e informação noticiosa na Comunicação Social – imprensa, rádio e televisão.

No entanto, as primeiras notícias surgem em 2015, a par das primeiras intenções de oficializar a Rota da EN2 pela criação de uma Associação - a Associação de Municípios da Rota da Estrada Nacional 2 (AMREN2).

Em 7 de novembro de 2015, a Rádio Renascença dava precisamente conta de uma “iniciativa [que] está a ser impulsionada pelos municípios atravessados pela via mais extensa do país [com] a assinatura de um protocolo com vista à criação da Associação de Municípios da Rota da EN2” (Mairos, 2015).

Entretanto, surgem mais notícias. Surgem livros, vlogues e blogues com diários de bordo de turistas/viajantes que percorrem a EN2, Viajar entre Viagens (2020) e VagaMundos

(2020), entre outros. Surgem Páginas, Grupos e Comunidades nas Redes Sociais. É um crescendo de informação que se vai disponibilizando.

A televisão (RTP 2 – Documentário “Leva-me Contigo”; RTP – “Rota N2”); e a rádio (RFM – Sente Portugal de Norte a Sul pela mítica EN2), conduziram programas centrados na Rota da EN2. Diversas personalidades do mundo da política (Embaixador dos EUA George Glass); do desporto (Gonçalo Bandeira – Downhill; André Cardoso – ciclista); do entretenimento (Patrick Ruti – bloguer alemão; Mochileiros VC – bloguers portugueses) deram a “cara” por esta Estrada. Também houve lugar para Campanhas Publicitárias como a campanha “Por Dentro” da Samsung Galaxy S20 Ultra 5G (Samsung, 2020), que se desenvolveram a partir da Rota da EN2.

DISCUSSÃO E CONCLUSÕES

A análise exploratória dos dados revelou um crescente interesse na Rota da Estrada Nacional 2 enquanto produto turístico a ser divulgado, quer em termos nacionais e internacionais, quer em termos institucionais (meios de comunicação social) e a título pessoal.

Os testemunhos de quem percorre a EN2 despertam interesse, motivam novas partilhas e incitam à descoberta desta estrada nacional, que tem crescido em número de turistas e visitantes, de forma proporcional ao que sobre ela se escreve ou diz.

No caso específico deste estudo, a análise centrou-se exclusivamente no levantamento e observação de dados, com vista à quantificação de informação disponibilizada. Contudo, para um estudo mais aprofundado sobre a importância do *storytelling* para a divulgação da EN2 seria essencial realizar uma análise de conteúdo a uma seleção de textos.

Ainda assim, os elementos observados dão conta de histórias bem pessoais e relatos demonstrativos de uma experiência memorável, com muitas descrições de paisagens, lugares e interação com gentes da(s) terra(s), onde prevalece a autenticidade, hospitalidade, envolvimento e *place attachment* – discursos reais com impacto na notoriedade do(s) destino(s) e fundamentais para a sua diferenciação e competitividade.

BIBLIOGRAFIA

- Acharya, A., & Rahman, Z. (2016). Place branding research: a thematic review and future research agenda. *International Revue Public Non Profit Mark*, 13, 289-317.
- AMREN2. (1 de JUNHO de 2020). <https://www.rotan2.pt/>. Obtido em 10 de JUNHO de 2020, de Rota Estrada Nacional 2: <https://www.rotan2.pt/>
- Beeton, S. (2005). The Case Study in Tourism Research: a Multi-method Case Study approach. Em B. W. Ritchie, P. Burns, & C. Palmer, *Tourism Research Methods* (pp. 37-47). Cambridge: CABI Publishing.
- Conway, I. (10 de junho de 2020). Dive N2 Portugal - Explore a great European alternative to Route 66. *The Irish Sun*. Obtido em 10 de novembro de 2020, de <https://www.thesun.ie/travel/5526951/explore-a-great-european-alternative-to-route-66/>

- Given, L. M. (2008). Case Study. Em *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods* (Vol. 1 & 2, pp. 68-71). SAGE.
- Günther, I. (28 de agosto de 2019). Portugals unbekante Schönheiten. *Freizeitwochen*. Obtido em 10 de novembro de 2020, de https://www.rotan2.pt/public/newsExternal/20200524095415__full.pdf
- Hyams, J. (7 de setembro de 2019). Der Reißverschluss Portugals. *Reise*. Obtido em 10 de novembro de 2020, de https://www.rotan2.pt/public/newsExternal/20200524095033__full.pdf
- Juchtmann, V. J. (10 de agosto de 2019). Portugals Route 66. *Neue Westfälische Zeitung*. Obtido em 10 de novembro de 2020, de https://www.rotan2.pt/public/newsExternal/20200524095651__full.pdf
- Lübbe, S. (22 de março de 2019). "Route 66" auf Portugiesisch. *Neue Bärder Zeitung*. Obtido em 12 de novembro de 2020, de https://www.rotan2.pt/public/newsExternal/20200524102635__full.pdf
- Lübbe, S. (13 de julho de 2019). Die andere Route 66. *Hamburger Abendblatt*. Obtido em 10 de novembro de 2020, de https://www.rotan2.pt/public/newsExternal/20200524094244_1_full.pdf
- Mairos, O. (7 de novembro de 2015). *Estrada Nacional 2. A nova rota turística que atravessa Portugal*. Obtido de Rádio Renascença: <https://rr.sapo.pt/2015/11/07/pais/estrada-nacional-2-a-nova-rota-turistica-que-atraversa-portugal/noticia/38869/>
- Mückl, C. (29 de junho de 2019). Unterwegs auf der "Route 66" Portugals. *Nürnberger Nachrichten & Nürnberger Zeitung*. Obtido em 12 de novembro de 2020, de <https://www.nordbayern.de/freizeit-events/reise/unterwegs-auf-der-route-66-portugals-1.9047228>
- Neubecker, C. (abril de 2020). On the Road Again. *Meininger Weinwelt*. Obtido em 10 de novembro de 2020, de https://www.rotan2.pt/public/newsExternal/20200528103147__full.pdf
- Richards, G. (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Samsung. (2020). *Samsung*. Obtido de Samsung: <https://www.samsung.com/pt/smartphones/galaxy-s20/portugal-por-dentro/>
- Sommer, V. R. (5 e 6 de outubro de 2019). Portugals version der Route 66. *Stuttgarter Nachrichten & Stuttgarter Zeitung*. Obtido em 11 de novembro de 2020, de https://www.rotan2.pt/public/newsExternal/20200524100053__full.pdf
- VagaMundos. (11 de novembro de 2020). *VagaMundos*. Obtido de VagaMundos: <https://www.vagamundos.pt/guia-estrada-nacional-2-roteiro/>
- Viajar entre Viagens. (11 de novembro de 2020). *Viajar entre Viagens*. Obtido de Viajar entre Viagens: <https://www.viajarentreviagens.pt/portugal/estrada-nacional-2-roteiro-dormir-comer-ver-e-fazer/>

Mesa de Trabajo N°5: Carreteras y Rutas Turísticas: gobernanza, sostenibilidad y desarrollo territorial en Iberoamérica

RUTAS Y MOVILIDADES FERROVIARIAS EN LA ZONA CENTRO-SUR DE CHILE

Riquelme Brevis Hernán.

Instituto Iberoamericano de Desarrollo Sostenible, Universidad Autónoma de Chile

INTRODUCCIÓN

En el marco de los desplazamientos humanos, las conexiones interurbanas juegan un papel central en las experiencias de movilidad de personas que viven en ciudades medianas y pequeñas, y que por diversos motivos necesitan viajar cotidianamente a ciudades diferentes a las que viven con el objetivo de acudir a sus lugares de frecuentación cotidiana.

Dentro de los diversos dispositivos de movilidad disponibles, los trenes ocupan un papel secundario en la oferta de transporte público a nivel nacional. Esta realidad no fue observada siempre de la misma forma en la historia nacional, más bien desde la década de los ochenta cuando comienza a privatizarse el servicio, generado que en la actualidad existan muy pocos servicios ferroviarios de transporte de pasajeros a nivel nacional. Siendo más precisos, los casos que se presentarán corresponden a dos servicios de trenes de pasajeros que actualmente están operativos.

Por un lado, el ramal Talca-Constitución, servicio que se encuentra en la Región del Maule, posibilita un viaje en tres horas de punta a punta, y fue considerado monumento histórico nacional el año 2007. Por otro lado, se presentará el caso del tren de la Araucanía, cuyo objetivo es conectar las ciudades de Victoria y Temuco en un viaje que dura una hora y treinta minutos aproximadamente de extremo a extremo.

En términos específicos, se analizarán las rutas ferroviarias y cómo estas inciden en la construcción del paisaje visual, tomando como referencia la creación de pequeñas localidades, oficios, caminos y formas de vida.

MARCO TEÓRICO

En el marco de los estudios de la movilidad ferroviaria, a nivel nacional, destacan aquellos trabajos que se interesan por las experiencias de viaje y su relación con el paisaje visual y la memoria histórica (Alliende, 2017; Riquelme y Oyarce, 2019; Riquelme et al., 2020), permitiendo constatar que el ferrocarril está íntimamente ligado con la memoria histórica, pero también con la construcción de vínculos sociales e identidad local.

De esta forma, en pequeñas y medianas ciudades, el ferrocarril continúa siendo un medio de transporte sumamente valorado por aquellos habitantes de la ruralidad y ciertamente excluidos socio-espacialmente (Riquelme, 2016; Riquelme y Lazo, 2019). Las movilidades ferroviarias implican considerar diversos elementos que se relacionan con “aquella práctica de desplazamiento en lugares que interrelacionan ciudades

medianas y pequeñas en directa concordancia con la reorganización de planificaciones espaciotemporales rígidas, y que son desarrolladas principalmente por motivos asociados a la educación, cuidado, trabajo y ocio” (Riquelme , Saravia y Azócar, 2019, p.15).

Asimismo, es relevante considerar el paisaje visual como un agente trascendental para las experiencias de viaje, donde las particularidades del viaje ferroviario se conectan con el desarrollo territorial, generando rutas ferroviarias que apelan ciertamente a formas de conexión con la ruralidad, lo que permite conocer estilos de vida y ritmos propios de estos territorios.

Entonces, el ferrocarril trasciende su rol exclusivo de medio de transporte y se instala como un promotor de identidad local, costumbres y tradiciones, especialmente por el papel que tiene en el desarrollo de la vida pasada pero también presente en los territorios por donde transita, transformando muchas veces la geografía local a medida que se desplaza por los territorios.

METODOLOGÍA

A partir de diversos viajes efectuados en ambos servicios (2018-2022), se describirá cómo son las rutas ferroviarias, considerando localidades, formas de vida, lugares icónicos y conexiones disponibles.

Para tal efecto, la observación participante y el cuaderno de campo son herramientas que permiten considerar el viaje en ambos servicios ferroviarios.

Rutas ferroviarias



Fuente EFE.

Hallazgos

Dentro de los resultados, destaca el desarrollo de rutas planificadas para conectar pequeñas localidades con ciudades medianas. Esta variable se asocia al papel del tren

como propulsor de inclusión socioespacial para aquellos habitantes de la ruralidad que , alejados del progreso y de la tecnología del transporte , deben acudir a diversos lugares con el objetivo de realizar sus actividades cotidianas.

En términos de infraestructura ferroviaria, se detecta cierto nivel de atraso tecnológico en lo que respecta a las maquinas a disposición (especialmente para el caso del Maule), lo que implica viajes que resultan ciertamente complejos y extensos en términos temporales.

En relación con el paisaje, se observan diversos lugares que refieren a una historia caracterizada por el rol del ferrocarril, así como la aparición de asentamientos humanos y actividades que responden a los trazados de la línea férrea. Esta característica es central para dar cuenta de la importancia de las rutas ferroviarias en la conformación territorial, el desarrollo territorial y el papel del ferrocarril en la historia nacional en términos culturales, políticos y económicos.

BIBLIOGRAFÍA

Alliende, M. P. (2017). La construcción de los Ferrocarriles en Chile 1850-1913. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (5), 143–161. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2001.n5-13>

Riquelme, H. y Oyarce, F. (2019). Construcción de la historia reciente del ferrocarril de La Araucanía (Chile) desde la percepción de sus trabajadores. *Revista Sophia Austral*, (24), 5–24.

Riquelme, H. (2016). “Movilidad cotidiana: entre la producción y reproducción social. Una exploración a las prácticas de desplazamiento de dos mujeres en Temuco”. *Revista Pilquen*, 19(4): 14-31.

Riquelme Brevis, H., Saravia Cortés, F., & Azócar Weisser, J. (2019). Movilidad cotidiana e interurbana en contextos de exclusión socioespacial al sur de Chile. *Aportes para pensar los territorios no metropolitanos en América Latina. Cultura-hombre-sociedad*, 29(2), 80-108.

Riquelme Brevis, H., & Lazo Corvalán, A. (2019). Trazando rutinas: el papel del ferrocarril en las prácticas cotidianas y movilidades interurbanas de habitantes de La Araucanía, Chile. *Revista Brasileira de Gestão Urbana*, 11(), 1-15.

Riquelme Brevis, H., Canales Urriola, J., Azócar Weisser, J., & Riquelme Brevis, M. (2020). Viajeros interurbanos en un contexto patrimonial ferroviario: evaluación cuantitativa del servicio Regional Victoria - Temuco, Chile. *Revista De Urbanismo*, (43), 63–78. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2020.57095>

Mesa de Trabajo N°5: Carreteras y Rutas Turísticas: gobernanza, sostenibilidad y desarrollo territorial en Iberoamérica

CRONOTOPÍAS DE VIAJEROS EN LA ESTRADA NACIONAL 2 (PT). REDES SOCIALES BASADAS EN LA LOCALIZACIÓN PARA APOYAR LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE RUTAS TURÍSTICAS VIALES: FORTALEZAS Y LIMITACIONES

Ferreira Carlos.

CEGOT, Facultad de Artes y Humanidades, Universidad de Coimbra.

Rocha Jorge, Encalada-Abarca Luis.

Centre of Geographical Studies, Institute of Geography and Spatial Planning, University of Lisbon

INTRODUCCIÓN

Si los efectos de la pandemia de la Covid-19 fueron ciertamente devastadores para el turismo durante los periodos de confinamiento, también hubo algunos epifenómenos positivos, en este desolador contexto global que vivió la actividad turística entre 2020 y 2022. Uno de estos efectos positivos, aunque no se ha demostrado duradero, fue un renovado interés por los territorios de baja densidad poblacional, que demostraron ser capaces de proporcionar simultáneamente una experiencia turística significativa sin una demanda excesiva y/o una concentración espacio-temporal de turistas. Tal cambio en las motivaciones y preferencias de destino de los turistas, llevó a un (re)descubrimiento de territorios y ofertas con tales características que, durante el período de la pandemia, mostraron mayor resiliencia ante la fuerte retracción de la demanda y, en algunos casos, incluso logrado incrementos reales, aunque no muy significativos. Ya sea con carácter focal o en *'touring'*, los espacios menos presionados por el turismo han visto aumentar los flujos de demanda y estimular así algunas dinámicas locales.

Uno de los ejemplos más paradigmáticos de este (re)descubrimiento fue la Ruta Nacional 2 (EN2), una vía concebida como un todo desde mediados de la década del 40 del siglo XX, un eje vial longitudinal que recorre el país en toda su extensión, atravesando su interior, a lo largo de zonas de baja densidad demográfica y baja dinámica socioeconómica.

El conocimiento adecuado y actualizado del tamaño y las características de la demanda turística en las rutas por carretera es fundamental para los procesos de gestión operativa y estratégica, tanto del turismo como de los territorios impactados por el mismo. Este estudio pretende analizar algunos patrones espaciotemporales de la demanda turística de la Estrada Nacional 2 (EN2) a partir de elementos de la huella digital que generan estos turistas, es decir, la información que comparten en las redes sociales basadas en la ubicación (Flickr y Twitter) sobre el viaje. y destinos visitados.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Tradicionalmente, las estadísticas de turismo se basan en gran medida en datos agregados (por ejemplo, número de turistas en todo el destino, llegadas de turistas y pernотaciones),

y la resolución espacial de dichos datos no brinda suficiente información para un análisis detallado a una escala más fina.

Un mayor acceso a la información - facilitado por las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y un perfil de turista que busca cada vez más contenidos online - sumado a una creciente predisposición a compartir información en redes sociales, han permitido un mayor conocimiento de las características y comportamiento de los turistas (Buhalis & Law 2008; Tussyadiah 2012).

Los Contenidos Generados por Usuarios, a diferencia de las metodologías top-down, han promovido a los propios individuos como generadores de información con alta resolución espacial y temporal, potenciando el marco de alternativas para rastrear su ubicación (Sui & Goodchild 2011). Las tecnologías geoespaciales habilitaron las redes sociales con herramientas de posicionamiento y mapeo, lo que ha llevado a un volumen masivo de datos georreferenciados.

Un enfoque aún bastante inexplorado es el uso de huellas digitales de las redes sociales basadas en la localización (LBSN), ya que cubre períodos más largos y puede capturar patrones a largo plazo (Huang & Wong, 2015), ya que incluye actividades del usuario, así como movimiento continuo y durante períodos relativamente largos en comparación con los procedimientos de recopilación de datos más convencionales. Las firmas espaciales y temporales integradas en los datos de LBSN (por ejemplo, fotos y tweets geotiquetados) permiten a los profesionales e investigadores reconocer las preferencias de viaje y los patrones de actividad.

Las plataformas de redes sociales pueden, por lo tanto, servir como base para producir indicadores de movilidad humana (Hawelka et al. 2014), que pueden usarse para reemplazar o complementar los métodos más tradicionales de recopilación de datos.

METODOLOGÍA

Sobre la base de criterios pertinentes ya probados en estudios similares, para la identificación de turistas, se recopilaron datos de LBSN de Flickr y Twitter, que se utilizaron como proxy para la caracterización de algunas dimensiones espaciotemporales de la demanda turística y la identificación de puntos críticos de visita a lo largo de la EN2. De ambas plataformas se extrajeron dos *datasets* de información, referentes al período comprendido entre 2015 y 2022, lo que permite analizar la evolución a lo largo de una serie temporal ininterrumpida de ocho años y, al mismo tiempo, observar diferencias cuantitativas y cualitativas entre los pre y post pandemia.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este trabajo empírico se destacan algunas tendencias que caracterizan la dimensión cronotópica de los turistas que transitan la EN2. En la dimensión espacial se identifican lugares de mayor concentración de demanda turística (*hotspots*), lo que puede dar lugar a diferentes estrategias locales de afirmación/consolidación de atractivos, pero también a la necesidad de una visión más integrada de la Ruta EN2. Algunas características temporales – tiempo de permanencia en la ruta; duración del tiempo de inactividad; entradas y salidas, etc.- también brindan información útil para una mejor gestión turística en la EN2.

Esta investigación también cumple con el propósito de discutir críticamente las características y la calidad de la información de esta naturaleza, en el contexto más global de la disponibilidad y necesidades de información para un mejor apoyo a las decisiones en turismo y gestión territorial. Con base en este ejemplo, se discuten cuestiones

relevantes de este cambio de paradigma con respecto al uso de datos producidos digitalmente, es decir, en las redes sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- Barros, C., Moya-Gómez, B., & Gutiérrez, J. (2020). Using geotagged photographs and GPS tracks from social networks to analyse visitor behaviour in national parks. *Current Issues in Tourism*, 23(10), 1291–1310. DOI: 10.1080/13683500.2019.1619674
- Buhalis, D. & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet—the state of tourism research. *Tourism Management*, 29 (4), 609–623. DOI: 10.1016/j.tourman.2008.01.005
- Chen, J., Becken, S., & Stantic, B. (2021). Using Weibo to track global mobility of Chinese visitors. *Annals of Tourism Research*, 89, 103078. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103078
- Encalada-Abarca, L., Ferreira, C. C., & Rocha, J. (2023). Revisiting city tourism in the longer run: an exploratory analysis based on LBSN data, *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2023.2182669
- Encalada-Abarca, L., Ferreira, C. C., & Rocha, J. (2022). Measuring Tourism Intensification in Urban Destinations: An Approach Based on Fractal Analysis. *Journal of Travel Research*, 61(2), 394–413. DOI: 10.1177/0047287520987627
- Hawelka, B. et al (2014). Geo-located Twitter as proxy for global mobility patterns, *Cartography and Geographic Information Science*, 41(3), 260-271, DOI: 10.1080/15230406.2014.890072
- Huang, Q. & Wong, D. (2015). Modeling and Visualizing Regular Human Mobility Patterns with Uncertainty: An Example Using Twitter Data, *Annals of the Association of American Geographers*, 105(6), 1179-1197, DOI: 10.1080/00045608.2015.1081120
- Sui, D. & Goodchild, M. (2011). The convergence of GIS and social media: challenges for GIScience. *International Journal of Geographical Information Science* 25(11), 1737–1748. DOI: 10.1080/13658816.2011.604636
- Tussyadiah IP (2012) An assessment of contagion on social networking sites BT—information and communication technologies in tourism 2012. In: Fuchs M, Ricci F, Cantoni L (eds) Proceedings of the international conference in Helsingborg, Sweden, 25–27 January 2012. Springer, Vienna, pp 25–35

MESA DE TRABAJO 7

Estudios
territoriales en
zonas serranas de
interés turístico
con énfasis
en el enfoque
multidimensional

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

LA VALORIZACIÓN DE ÁREAS SERRANAS Y GESTIÓN DE PROBLEMAS AMBIENTALES COMO ABORDAJE INTEGRAL DEL TERRITORIO TURÍSTICO. EL CASO LAVALLEJA (URUGUAY)

Gliemmo Mansanta Fabricio.

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

A MODO DE PRESENTACIÓN

En el presente trabajo de investigación se buscó profundizar el análisis sobre la valorización turística del territorio, mediante el diseño de investigación propuesto que incluye aprendizajes y reflexiones aplicadas en el departamento de Lavalleja³⁴ (República Oriental del Uruguay). En él se localizan tres casos de estudio, como destinos turísticos emblemáticos: el “Parque de Vacaciones UTE-ANTEL”, el “Complejo Arequita” y la “Villa Serrana”. Estos se inscriben en un contexto turístico más amplio reconocido como la región de sierras, por su valor natural y ecosistémico, lo que se expresa en el hecho de que la ciudad de Minas, capital departamental, sea conocida como la “*capital de las sierras*” del Uruguay.

Desde el inicio de la indagación se formularon diferentes preguntas de investigación referidas al proceso de valorización turística, al rol de los actores en el territorio, sobre el tipo de prácticas turísticas desplegadas en él, la sostenibilidad de estas, y su relación con las percepciones propias de la comunidad, del gobierno departamental y de los actores privados.

Para el desarrollo de la presente investigación se partió de un abordaje integral de las dimensiones territoriales y espaciales de la práctica turística en relación con la articulación de saberes de los actores y sujetos, incorporando diferentes dimensiones de la sostenibilidad (social, política, económica y ambiental), para luego llegar a indagar sobre tres lugares en particular.

El estudio parte de la indagación de los modelos de organización del espacio turístico (históricos y actuales) en relación con el tipo de turismo (modalidades) y las dimensiones de sostenibilidad (presentes y futuras).

En suma, la investigación se enmarca en un proyecto institucional más amplio, iniciado en 2009 con la firma de un convenio de cooperación científico institucional entre la Intendencia Departamental de Lavalleja (IDL), por un lado, y la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) a través del Equipo TAG Territorios Posibles. Desde entonces se impulsan iniciativas territoriales-turísticas en el departamento, en el ámbito del Observatorio de Inteligencia y Desarrollo Territorial (OIDTe).

³⁴ Este posee una superficie de 10.016 km² y una población de 58.843 hab. (Según Censo 2011); la ciudad de Minas concentra la mayor parte de la población departamental con 38.432 habitantes (el 65,3% de la población total). En cuanto al tipo de ocupación territorial, la población urbana es 52.822 habitantes (89,77%), mientras que la rural es de 6.021 (10,23%).

Mapa 1. Localización del departamento de Lavalleja



Fuente: elaboración Botana y Gliemmo en base a datos suministrados por Ine.gub.uy.; con soporte Arc. GIS. 10.6.

ESTUDIO DE CASOS

Desde el gobierno departamental existe una fuerte apuesta a posicionarlo como destino turístico. Pero al mismo tiempo, se destacan otras actividades y funciones; como actividades primarias, relacionadas con la minería e industrias asociadas, las actividades agropecuarias, destacándose la forestal, entre otras. Esto exige poner en contexto el proceso de puesta en valor turístico, para observar los posibles problemas y conflictos que puedan derivarse de la competencia y coexistencia de diferentes lógicas de intervención e intereses contrapuestos; también para sopesar adecuadamente los alcances y límites del turismo para el desarrollo local y sostenible.

El primer sitio analizado fue el “Parque de Vacaciones UTE -ANTEL”, ícono del turismo social a nivel nacional, y una de las grandes infraestructuras turística más representativas de la época, inaugurado en la década de 1940, durante la cual a nivel internacional comienza a desplegarse el turismo a escala planetaria; etapa que luego se conocería como “Turismo de Masas”. El segundo, es el denominado “Complejo Arequita”, se trata de un “paraíso natural” y “energético”, emblema ineludible del departamento; sitio que a su vez se destaca por lo distintivo del ecosistema autóctono serrano y fuente de energía que atesoran e infunden sus rocas y cursos de agua. Por último, como tercer caso particular, se analizó a “Villa Serrana”. Se trata de un proyecto inmobiliario de financiamiento privado que data de mediados del siglo XX. De diseño arquitectónico y planificación territorial de vanguardia, obra del reconocido arquitecto Julio Vilamajó, el sitio fue primero imaginado y luego concebido como “un rincón de naturaleza y remanso de tranquilidad” según los criterios de planificación y sostenibilidad de la época.

METODOLOGÍA Y PROCESO DE INVESTIGACIÓN

El planteo se posiciona desde una concepción metodológica dialéctica, la cual permite reconocer y entender a la realidad histórico-social como totalidad. Conviene subrayar que se llevó a cabo investigación en campo, siendo esta una instancia fundamental para este tipo de investigaciones, fundamentalmente la visita a los sitios seleccionados como casos de estudio. Además, se implementaron técnicas de recolección de datos tales como

entrevistas y actividades de taller. Por otra parte, se recuperaron para esta investigación resultados de diversos seminarios temáticos, realizados junto a especialistas y la comunidad en general, en el marco de proyectos institucionales, los cuales resultaron de gran aporte como antecedentes de trabajos con la comunidad y de terreno.

El proceso de investigación resultó enriquecedor, ya que se desarrolló de manera paralela el trabajo en territorio junto a los actores sociales locales; a partir de las actividades desarrolladas desde el Equipo “Territorio, Actores y Gobernanza” (TAG – UNLP), el “Observatorio OIDTe - Lavalleja) y el Proceso de Formación “Uruguay 2012-2015” con el apoyo del MEC (Ministerio de Educación y Cultura de la República Oriental del Uruguay), la IDL (Intendencia Departamental de Lavalleja), la Universidad CLAEH de Uruguay (Centro Latinoamericano de Economía Humana).

El recorte temporal del estudio se enmarca en el período comprendido entre 2009 hasta el 2015. Por otra parte, se propusieron y llevaron a cabo entrevistas personales en profundidad semiestructuradas a informantes calificados, tratándose de actores territoriales con amplio conocimiento en el sector.

Figura 1. Esquema de organización interna de la investigación



Fuente: elaboración propia

Ejes de Análisis del Proceso de Valorización Turística del Territorio

A continuación, a modo de estrategia metodológica de abordaje, descripción y análisis del proceso de valorización turística del territorio departamental, en general, y los tres destinos turísticos seleccionados, en particular, se presentan sintéticamente los ocho ejes de análisis concebidos para a tal fin (Gliemmo, 2022). Por lo tanto, dichos ejes contemplan la elaboración teórica - conceptual descripta, y se sintetizan de la siguiente manera:

1. **Atractivo:** se describe y analiza el caso en relación con el sitio o lugar valorizado como atractivo turístico. En él se reconocen sus cualidades físico-espaciales, los procesos ambientales naturales y medio ambiente construido. Los procesos de atraktividad relacionados con la valorización social y el contexto en el que se reconocen como atributos naturales y sociales, que se destacan y resignifican por y para la materialización de la práctica turística.
2. **Lugar Relacional:** se refiere a la concepción de espacios y espacialidades; su posición relativa y relacional en cuanto al territorio local. A su vez, se define dentro del sistema

de objetos - sistema de acciones, donde cada lugar inscribe su propia lógica dentro del sistema local-global.

3. **Patrimonio Natural y Cultural:** se identifican atributos naturales y sociales en relación con proceso de valorización del turismo. Se refiere a un proceso social que otorga relevancia, significación o por el contrario invisibiliza, excluye en el proceso de selección de ciertos atributos al tiempo que otros quedan relegados en dicho proceso. Se constituyen como rasgos identitarios, parte acervo comunitario social y natural.
4. **Trayectoria Turística:** se identifican y reconocen procesos de creación, crecimiento, maduración, estancamiento, evolución en general, de los sitios turísticos como destinos en relación con las diferentes etapas identificadas en el turismo moderno: turismo de elite, turismo de masas y turismo alternativo
5. **Gestión Pública y Privada del atractivo:** se describe la red de actores que inciden en el proceso de gestión, planificación y ordenamiento del sitio. A su vez, se distinguen las diferentes lógicas que los definen como tal: mercado, estado o ciudadanía; la existencia o no de actores sociales organizados, etc. Al mismo tiempo se evalúa el grado de formalidad e informalidad, participación social, identidad cultural y patrones de resolución de conflictos.
6. **Marco Legal y Normativo:** se identifica y analiza la presencia o no de un marco jurídico legal que estructure las relaciones entre actores, instituciones, etc. Así como también, la disponibilidad de herramientas que disponen dichos actores para intervenir en el territorio. existencia de instituciones locales para el desarrollo del territorio. Tipos de procedimientos para el fomento regional, etc.
7. **Problemas y Conflictos:** se reflejan las tensiones desplegadas en el territorio turístico según el tipo de actividades, conflictos e intereses que allí se materializan. Al mismo tiempo que se reconoce la particular concepción de la relación sociedad - naturaleza.
8. **Sostenibilidad de la Práctica Turística:** reconocimiento de las dimensiones de sostenibilidad aplicadas al turismo (dimensiones: económica, política, social y natural). Búsqueda de satisfacción y bienestar del turista, de las comunidades locales y del desarrollo de los gestores privados. Conservación y recuperación de recursos ambientales. Estilos y patrones de consumo según tipologías turísticas.

PROCESOS, LÓGICAS Y ACTORES

Los procesos sociales en cualquier territorio son protagonizados en muy diverso grado e intensidad por actores del Estado, el sector privado y la ciudadanía. En esos procesos. todo sujeto social representa e integra en mayor o menor medida relaciones conflictivas, contradictorias, complementarias y cooperativas (Bozzano, 2006). Entonces, el lugar contiene una multiplicidad de relaciones, de esta manera se pueden presentar lugares con afectividad, reconocimiento, pertenencia, relaciones de poder, conflictos, disputas, contradicciones, redes, etc. (Saquet, 2015; p 122).

En cuanto a los problemas y conflictos territoriales; a fin de sintetizar el análisis desarrollado en la investigación, sobre problemas y conflictos en el territorio turístico local, se reconocen la pérdida de calidad paisajística, la incompatibilidad de usos, las transformaciones del entorno de sitios turísticos, el avance de la construcción de infraestructura con fines de ocio y turismo. Así como también, el impulso público-privado sobre la actividad minera y forestal se constituyen como los principales problemas y conflictos.

A MODO DE REFLEXIÓN

Se han identificado para el caso del departamento de Lavalleja en general 4 grupos de problemas: a) físico natural; b) social -cultural c) económicos y de negocios; y d) gestión/planificación. Estos grupos que se desagregan en tablas analíticas denominadas “Problemas y conflictos reflejados por los actores”; estas han sido relacionados con cuatro dimensiones de la sostenibilidad: *ecológica, social, económica y política*.

En suma, para la totalidad del territorio departamental se identificaron 10 problemas y conflictos relacionados con el área físico-natural (sostenibilidad ecológica); 7 para social-cultural (sostenibilidad social); 7 económico-financiero (sostenibilidad económica); por último, 12 para gestión-planificación (sostenibilidad política). A su vez, se identificaron las causas y restricciones según área y dimensión de sostenibilidad; en la tabla se distribuyen de la siguiente manera: 13, 8, 8 y 8, respectivamente para cada una de ellas.

A modo de recapitulación del análisis realizado, se sintetizan “Problemas y Conflictos” para cada uno de los tres casos seleccionados: 8 (ocho) para el Parque de Vacaciones, 11 (once) para el Complejo Arequita, y finalmente, 14 (catorce) para Villa Serrana.

Seguidamente se mencionan y describen sintéticamente las causas y restricciones para cada uno de los tres casos. Este arrojó la identificación de: 9 (nueve) para el Parque de Vacaciones, 8 (ocho) para el complejo Arequita y 13 (trece) para Villa Serrana.

Por último, en cuanto a una dimensión propositiva, la definición de Ejes de Intervención: estrategias y líneas de acción a escala departamental, se presentan cinco: (I) Desde la Gestión Integral del Territorio y el Territorio Turístico; (II) Desde una Dimensión Sectorial del Turismo; (III) Desde una Gestión Integral, operativa y continua; (IV) Capacitación: educación, sensibilización y concientización sobre el turismo local; (V) Capacitación: educación, sensibilización y concientización sobre el turismo local.

BIBLIOGRAFÍA

- Ávila, V. (2015). Sustentabilidad y Gestión Ambiental tendencias emergentes en los procesos territoriales urbanos. *Revista pensum*. ISSN: 2469-0724. volumen 1. pp. 24 / 37.
- Bozzano, H, (2006). Una tríada social crítica de procesos, lugares y actores». En: *Actas III Jornadas de Docencia e Investigación*, Universidad Nacional de La Pampa.
- de Sierra, F. (coord.) (2002). *Una Idea Objetivo*. Facultad de Arquitectura Universidad de la Republica Uruguay. Instituto de Diseño Instituto de Historia de la Arquitectura.
- Fernández, R; (2000). “La Ciudad Verde. Teoría de la Gestión Ambiental Urbana.”. CIAM, Centro de Investigaciones Ambientales. Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño. UNMdp. Editorial Espacio, I edición.
- Gliemmo, F (2022). *La Práctica Turística, Valorización de Lugares y Gestión Ambiental: Hacia la construcción de Territorios Turísticos Posibles El caso Lavalleja (Uruguay)*. Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño. IHAM.GADU.
- Santos, M. (2000) *La naturaleza del espacio*. 2da edición. Técnica y tiempo. Razón y Emoción. Barcelona, Ariel.
- Saquet, M (2015). *Por una geografía de las territorialidades y las temporalidades: Una concepción multidimensional orientada a la cooperación y el desarrollo territorial*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. (Biblioteca Humanidades; 36).

DOCUMENTOS INSTITUCIONALES

Dirección Nacional de Ordenamiento Territorial - Intendencia de Lavalleja (DINOT – IDL). (2011). Documento Avance Informe Ambiental Estratégico.

Ministerio de Turismo República Oriental del Uruguay (2017). Anuario 2016 Estadísticas de turismo. Área de Investigación y Estadística. Montevideo. www.uruguaynatural.com

Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

EL DERECHO A LA CIUDAD EN LOS CENTROS TURÍSTICOS. EL CASO DE LA VILLA DE MERLO (S.L.)

Leiva Julio Francisco Javier, Spinosa Castaño Aída, Bianchi Leandro Raúl, Mariño Miguel Ángel.

Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis

INTRODUCCIÓN

El contexto de la Villa de Merlo, de tranquilidad serrana con sonido de arroyos y buena calidad de vida, brinda posibilidades de solución a una de las mayores problemáticas mundiales y argentina especialmente, como es el acceso a la vivienda, no invadido ni contaminado por la inseguridad y violencia; presenta un ambiente propicio para la construcción del derecho a la ciudad. Por eso este trabajo busca, desde el enfoque del desarrollo humano conocer el estado del Derecho a la Ciudad en el centro turístico de Villa de Merlo a través de la presencia del diseño universal o diseño para todos y su consecuencia directa “la accesibilidad”, identificando los actores sociales en la construcción del DC, también la construcción de una herramienta de medición adecuada e Indagar acerca de la influencia del DC en la elección del Destino.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La ciudad es un espacio complejo que siempre presenta desafíos tanto para su gestión como para la investigación, donde el espacio es el medio a través del cual el entramado de relaciones sociales se producen y reproducen (Clichevsky, 2000), en este contexto la ciudad se destaca como gran condensadora de procesos. En palabras de Baumann (2010) la ciudad es hoy un vertedero para los problemas creados y no resueltos en el espacio global, en ellas se buscan desesperadamente soluciones locales a problemas producidos por la globalización y la pos-globalización.

La actual cuestión urbana se encuentra inmersa en la complejidad, la diversificación y el acrecentado entramado de la pobreza revelando que los problemas de viviendas, derecho al espacio público y derecho a la ciudad conforman la “inquietante simetría” de esta sociedad moderna.

El derecho a la ciudad, interpreta Harvey (2008), supone no solamente el derecho a usar lo que ya existe en los espacios urbanos, sino también a definir y crear lo que debería existir con el fin de satisfacer la necesidad humana de llevar una vida digna en los ambientes urbanos.

Si entendemos la accesibilidad como la característica del medio que permite a las personas, independientemente de sus condiciones físicas o sensoriales, el acceso y utilización de los espacios, instalaciones, edificaciones y servicios, entonces es entendida como la posibilidad de todas las personas de gozar de las adecuadas condiciones de seguridad y autonomía como elemento primordial para el desarrollo de las actividades cotidianas de la vida diaria y vida social, sin ningún tipo de restricciones ni limitaciones

que deriven del ámbito físico urbano, arquitectónico o del transporte, para el efectivo desarrollo de capacidades y efectiva equiparación de oportunidades.

Esta accesibilidad, se debe tener presente que no se trata del diseño de instalaciones especiales, sino de utilizar un tipo de diseño acorde a todas las personas y a cada una de ellas.

Al ser el Derecho a la Ciudad (DC) una cuestión reivindicada por movimientos sociales, organismos gubernamentales, partidos políticos, instituciones educativas y organismos nacionales e internacionales, es un tema ampliamente estudiado, investigado y debatido en la actualidad; específicamente desde dos perspectivas teóricas, una utópica basada en el concepto acuñado por Henry Lefebvre en 1960 y otra pragmática que concibe al DC como un derecho humano más a ser institucionalizado junto al derecho a la vivienda o hábitat, la alimentación, y al goce y usufructo del diseño universal. A su vez entre estas dos aristas se ha investigado el DC por Harvey, Borja, Montoya, Delgadillo Polanco, Castells. En Latinoamérica son muy interesantes las investigaciones realizadas en grandes urbes como los centros turísticos de Bogotá, Cartagena, Medellín, San Pablo, Ciudad de México, en particular en Argentina es un derecho incipiente que ha aflorado con la crisis urbana, primero en grandes ciudades como Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Rosario; Córdoba y La Cumbre, y tratado solamente desde la arista del DC de la accesibilidad en centros turísticos como Luján y Bariloche.

La investigación del derecho a la ciudad se inicia en la década de 1960 cuando Henri Lefebvre en su obra *El derecho a la ciudad*, sostiene que este derecho y el derecho a la vida en las ciudades, a la vida urbana, representaban el humanismo de una nueva democracia, a la vez de un derecho al uso pleno de toda la ciudad, en especial a lugares de encuentro de intercambio social y cultural.

En Argentina es escaso el material sobre derecho a la ciudad como un todo, de manera integral; sí hay investigaciones y trabajos académicos relacionados con la accesibilidad. En algunos centros turísticos como Córdoba, especialmente a la ciudad de La Cumbre han trabajado este derecho desde el punto de vista de la accesibilidad y se continúa en la adecuación respecto del diseño para todos, sobre Junín de los Andes provincia de Neuquén y Luján en provincia de Buenos Aires (cuya base es el turismo religioso) se ha investigado la accesibilidad relacionada a personas con discapacidad, no así el diseño universal (Rodríguez Sampayo, 2010).

Reforzando la visión integral e indivisible del derecho a la ciudad (Kristiansen 2006 y Kothari citado en Osorio 2006), y ampliando la visión a la experiencia europea, este derecho es investigado por ambos autores en base a la idea que los seres humanos poseen derechos básicos tales como derecho a la protección contra la contaminación, agresión y conservación del hábitat, a la salud, a la cultura, a la vida digna con ejercicio de libertad en el desarrollo de oportunidades, como promotores del derecho a la ciudad ya que es en la ciudad - el territorio - donde todos los derechos enumerados se realizan (tanto territorios urbanos como rurales).

Mathivet, ha encarado sus investigaciones sobre el derecho a la ciudad como el derecho de toda persona a crear ciudades que respondan a sus necesidades humanas. “Todo el mundo debería tener los mismos derechos para así construir las ciudades que queremos y necesitamos” (Mathivet, 2009).

Fernández (2006) plantea su investigación y análisis como la posibilidad cierta de los ciudadanos a disfrutar de manera completa su vida urbana incluyendo servicios y

ventajas, y ejerciendo participación activa como gestores de la ciudad en dos aristas: el goce efectivo de derechos y la participación obligatoria de todos los actores en la construcción del derecho a la ciudad.

Como se ha recorrido hasta aquí, el derecho a la ciudad no ha nacido justamente de visiones jurídicas, al contrario lo ha hecho desde visiones filosóficas.

Luego de las primeras investigaciones este derecho se enmarca en un derecho de forma superior, el derecho a la libertad, al hábitat, a participar, a apropiarse de la propiedad privada de manera especial, todos implícitos, formando parte de un todo. Según Fernández y Colín – como ya se ha citado - hacen referencia al usufructo equitativo de la ciudad, focalizando en palabras de Lefebvre (1968) acceder a la ciudad como integralidad de oportunidades, bienes y servicios.

METODOLOGÍA

El enfoque metodológico es de tipo Exploratorio-descriptivo. Con base en el análisis de datos primarios, obtenidos a partir de la aplicación de la Etnografía. Esto permite una estrategia de investigación multi-método, ya que una de sus principales características es el estudio del objeto en su estado “natural” muy apropiado a trabajos de investigación de base social. A su vez permite un diseño de investigación flexible y factible de ir adecuando y ajustando durante el propio proceso investigativo.

Técnicas informales: la observación directa al tomar contacto inmediato con el objeto de estudio, también observación de campo y participante.

Entrevistas en profundidad a través de conversaciones con informantes clave, con diseño focalizado y directo. En este aspecto se realizarán entrevistas a personas que por su gestión, conocimiento o injerencia en cuanto a normativa y diseño de marco legal son pertinentes a la investigación: funcionarios públicos municipales, docentes de la Fac. Turismo y Urbanismo – UNSL, docentes investigadores de la temática de la presente investigación, responsables de ONG, Empresarios privados de la Actividad Hotelera. A través de este tipo de entrevistas “cara a cara” se podrá obtener y observar actitudes, emociones, reacciones, tanto positivas como negativas.

Y formales no estructurados: observación sistémica con entrevistas abiertas y cuestionarios abiertos y formales estructurados a través de entrevistas y cuestionarios cerrados. Encuestas a turistas y habitantes locales.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Como resultados de la indagación a turistas y residentes locales con muestra de 300 casos, el 75% son personas entre 19 y 65 años, con 80 % de formación terciaria y universitaria. El 73% de turistas y el 52% de residentes no conocen sobre DC. El 19% (turistas) y el 17 % (residentes) conoce y lo relaciona con el derecho a una ciudad para todos, sin importar las limitaciones. El 70% de los residentes de más de 10 años afirma que la Villa no es accesible, mientras que los turistas, en su mayoría sin familia a cargo, perciben accesibilidad. Todos coinciden en que el mayor inconveniente corresponde al estado de las veredas y falta de rampas.

A partir del relevamiento de espacios públicos y oficinas públicas, terminal de ómnibus, se puede observar que han adaptado los ingresos incorporando rampas, señalética, medidas de seguridad. Las organizaciones especializadas en accesibilidad reconocen falta de acciones que mejoren las condiciones físicas de los espacios públicos. Existen accesos

poco útiles. Los actores sociales del sector público mencionan políticas y acciones fomentando el DC y la intención de continuar mejorando los espacios. Los actores privados explican que las reglamentaciones se cumplen poco y casi no reconocen proyectos y acciones en accesibilidad. Como conclusión, si bien los actores públicos conocen sobre DC, accesibilidad, desarrollo sustentable, reconocen su importancia y señalan acciones, y hasta el municipio promueve al destino con turismo accesible, al relevar las acciones, estas no se observan. Es imperiosa la necesidad de articulación entre actores sociales privados, públicos y organismos especializados para generar acciones correctas que orienten a vivir en una ciudad donde todos los habitantes y visitantes puedan disfrutar y acceder sin inconvenientes.

BIBLIOGRAFÍA

- Baigorri, Artemio “El derecho a la ciudad revisitado. La ciudad como organización física de coexistencia” Doc. Técnico de la Conferencia en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid. España.
- Borja, J. (2008), “Los nuevos derechos ciudadanos”, en *hic al*, El derecho a la ciudad en el mundo, México: *hic al*.
- Castells. M (2004) “¿Un mundo urbanizado sin ciudades?” En Caja de Herramientas. Colombia en <http://www.escuelafalsaborda.org/index.php/iapes-bogota/33-comunicacion-caja-de-herramientas.content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos>
- Correa Montoya, Lucas “El derecho a la ciudad, el interés público y el desarrollo humano. Relaciones y complementariedades” Bitácora 13. Universidad Nacional de Colombia.
- Cuenya, B. (2012) “Cómo hacer de la ciudad una ecuación posible. Las visiones de David Harvey y Jorde Borja (2010) Sobre el derecho a la ciudad” en Revista digital café de las ciudades Nr. 120.
- Fernandes, E. (2006) “Construyendo el DC en Brasil” en The city Statute of Brasil. International Public Declaration of the Right of Citizens en Latin America. UNESCO.
- Harvey, D (2007), “El Derecho a la ciudad”. Documento en línea disponible en <http://www.hic-net.org/articles.php?pid=2297>. 25 de marzo 2017.
- Lefebvre, H. (1967),” La Proclamation de la Commune”, París Gallimard. 1965. En obras de H. Lefebvre, Buenos Aires A. Peier Ed.
- Mathivet, C. y Sugranyes A. (2009)” El derecho a la Ciudad: claves para entender la propuesta de crear otra ciudad” Habitat International Coalition, Compilado.
- Matossian, B. (2014) “Derecho a la ciudad en San Carlos de Bariloche: inserción residencial y política de migrantes” Revista Universitaria de Geografía / 2015, 24 (1).
- Osorio, L. (2006) Debate sobre Políticas Públicas. UNESCO .Paris http://portal.unesco.org/shs/en/ev.php.ur_id=8218&url_do=topic&url_section=201.html.
- Oszlak, O. (1991), “Merecer la ciudad: los pobres y el derecho al espacio urbano”, Buenos Aires: Centro de Estudios de Estado y Sociedad (ceces)/Humanitas.
- Ortiz, E. (2008), “Hacia una Carta mundial por el derecho a la ciudad”, en *hic al*, El derecho a la ciudad en el mundo, México: *hic al*.
- Velázquez Carrillo f. (2004) “Pensar la ciudad en perspectiva de derechos en V.C. Ciudad e inclusión: por el DC. Bogotá”. Foro Nacional de Colombia.
- Wainstein-Krasuk, O. y Brandariz, Graciela (2012) “Ciudades inclusivas Estrategias de Intervención hacia Ciudades Inclusivas”. Buenas Prácticas Lib. Concentra. Esq. Del Arquitecto. 1ra. Ed. C.A.B.A. Buenos Aires. Argentina.

Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

¿QUÉ LUGAR OCUPA LA PLANIFICACIÓN TERRITORIAL EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN TURISMO EN ARGENTINA? UN ANÁLISIS DESDE LOS ALCANCES DEL TÍTULO DE LAS CARRERAS DE GRADO

Montero Pablo Nicolas.

Universidad Nacional de San Luis

Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

En Argentina, las carreras de grado en turismo suelen incluir asignaturas relacionadas con la planificación turística en sus planes de estudio. Asimismo, existen sobrados argumentos para que éstas incluyan contenidos de planificación territorial como parte del currículo obligatorio. No obstante, se percibe un marcado sesgo en algunas carreras cuando se analizan los alcances del título de Licenciado en Turismo.

La planificación territorial asociada a las transformaciones generadas por el turismo requiere dar respuestas a nuevas preguntas que forman parte de un proceso global. Esto plantea la necesidad de contar con profesionales que incorporen competencias multidimensionales con la finalidad de afrontar los importantes retos que suponen el desarrollo sostenible de comunidades estrechamente ligadas al turismo como práctica social y como actividad económica.

El presente trabajo pretende indagar acerca del lugar que ocupa la planificación territorial a través de las asignaturas relacionadas con este campo de estudio, como así también desde el punto de vista de los alcances del título del Licenciado en Turismo explicitados en los planes de estudio.

En este sentido, en línea con lo expresado acerca de la planificación territorial, se considera relevante indagar en los alcances del título del licenciado en turismo para poder así conocer su vinculación con este campo de estudio, no solo desde el aspecto formativo, si no desde las demandas discursivas propias de la actividad profesional.

OBJETIVO GENERAL

- Indagar en los alcances del título del licenciado en turismo de universidades argentinas y su asociación con las actividades de planificación territorial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir las actividades profesionales de los licenciados en turismo en asociación con las actividades de planificación territorial.
- Conocer el peso relativo de las actividades de planificación territorial en los alcances del título de licenciado en turismo.

- Indagar en la concordancia entre las asignaturas relacionadas con la planificación territorial y los alcances del título vertidos en los planes de estudio.
- Comparar los alcances del título por carrera, en cuanto a la presencia de aquellos vinculados a la planificación territorial.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Acerca de la planificación territorial

La planificación territorial es un instrumento de gobernanza que se ha ido incorporando a nivel global y que tiene como propósito regular y controlar la actividad de los individuos y grupos en las diferentes regiones y territorios, a fin de reducir los efectos negativos, y propender a un mejor rendimiento de los espacios, los paisajes y el medio, y las actividades económicas y sociales que en los mismos se llevan a cabo (Pires et al, 2011). Uno de los marcos conceptuales de la planificación es la ordenación del territorio (Pujadas y Font, 1998). No solo entendida como la mera delimitación de zonas, la ordenación del territorio es una alternativa indispensable de consenso social y económico, y asimismo se la considera un instrumento para la armonización territorial y la legibilidad espacial (Antón y González, 2005: 15)

Acerca de la planificación territorial y el turismo

Abordar la planificación territorial del turismo requiere considerar que, al margen de las teorías sobre el territorio, sobre ordenación del territorio y sobre la planificación territorial, lo que impera es el significado de planificación entendida como “una función de intervención administrativa a través de la cual las administraciones públicas regulan una determinada área de actividad con un cierto carácter de globalidad y marcan las políticas públicas a desarrollar dentro de dichas áreas, a la vez que determina el marco jurídico de su desarrollo” (Razquin Lizarraga, 2002: 111).

Es importante diferenciar la planificación territorial de la planificación económica, ya que la primera se ocupa del suelo y los elementos naturales y la segunda tiene como objetivo la actividad económica. En línea con esta diferenciación, la planificación territorial ha sido abordada desde la ordenación del territorio y desde el urbanismo (Fernández Tabales, 2004). Sin embargo, junto a éstos, aparecen otros campos en los que se ha trabajado con técnicas de planificación territorial, como por ejemplo el turismo.

En los abordajes del turismo “se trata de efectuar una planificación que engloba aspectos muy diversos y que además está unida de forma inevitable al concepto territorio. No en vano el turismo implica desplazamiento y movilidad y, como tal, hace referencia a un espacio. Por tanto, una de las características del derecho del turismo es la de la planificación” (Razquin Lizarraga, 2002: 111).

Tal como expresa López Palomeque (2007) “la planificación puede ser entendida como una política del Estado para conseguir un desarrollo turístico sostenible o bien como un instrumento metodológico, de uso público o privado, para alcanzar objetivos turísticos a través de un proceso estructurado de medidas.”

Acerca de la formación y los estudios en turismo

Distintos autores han abordado la evolución de los estudios en turismo (Urry, 1990; Jafari, Smith, y Brent, 2001; Vera Rebollo, López Palomeque, Marchena y Antón Clavé, 1997;. Donaire, 1996). Con coincidencias en tres períodos:

- A. El incipiente turismo fordista o de masas, entre la década de los ‘40 y la década de los ‘60.

- B. La consolidación del turismo fordista, que trae aparejada la "institucionalización" de los estudios turísticos, entre la década de los '60 y los '80.
- C. La visión transdisciplinar del turismo. Superposición de los modelos fordistas y postfordistas.

El turismo en Argentina ha transitado un proceso de expansión en todas las regiones del país de manera heterogénea. Este contexto fue propicio para la incorporación de la enseñanza en turismo en numerosas universidades a lo largo y ancho del territorio. El crecimiento y desarrollo del turismo, las nuevas tendencias globales, tanto económicas como sociales y políticas alentaron la aparición de nuevas ofertas académicas en instituciones de educación superior universitarias. Desde la aprobación de la Ley de Educación Superior 24.521 (LES), en el año 1995, se ha observado un considerable aumento de las ofertas educativas, y la enseñanza en turismo no fue ajena a ello (Comoglio et al., 2013)

En su mayoría, las carreras se plantearon con el objetivo de desarrollar profesionales que adquirieran aptitudes para plantear políticas referidas a la actividad, evaluando proyectos turísticos, administrando y gestionando empresas del rubro, sumado al análisis de las repercusiones sociales y económicas que esta actividad generaba (Renzella, 2020).

Acerca de los alcances del título profesional

El artículo 1º del Decreto PEN N° 256/94 establece que se entiende por perfil profesional "al conjunto de los conocimientos y capacidades que cada título acredita" y los alcances del título "a aquellas actividades para las que resulta competente un profesional en función del perfil de un título y de los contenidos curriculares de la carrera".

En base a esta definición, queda claro que es tan importante considerar el perfil del profesional como así también los alcances de su título al momento de analizar la formación del licenciado en turismo.

Acerca de los profesionales del turismo y sus competencias

La actividad turística es extremadamente diversa y, en consecuencia, origina un mercado laboral complejo en el que concurren distintas competencias profesionales y amplias necesidades formativas. La formación turística incluye diferentes enfoques con el objeto de favorecer el desarrollo de habilidades, aptitudes y valores. De ese modo se busca que los estudiantes de hoy se conviertan en futuros profesionales capaces de adaptarse a un entorno muy dinámico, frágil y vulnerable a los cambios como es el del turismo (Piróg, Kilar y Rettinger, 2021).

En lo que respecta a las competencias de planificación del territorio de los profesionales en turismo, podemos mencionar el documento de ANECA (2004:137) en el cual se menciona como una de las competencia específicas: "conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación" lo cual implica "dominar los instrumentos públicos de planificación, los planes o propuestas de ordenación en vigor o en fase de aprobación, atendiendo a aspectos tanto metodológicos como de diagnósticos".

Para cada competencia se establecen conocimientos disciplinares y conocimientos profesionales que se esperan de los graduados en turismo.

METODOLOGÍA

Este trabajo se realiza mediante una investigación documental de escritorio, utilizando el análisis comparado de las resoluciones ministeriales que contienen los planes de estudio de las carreras de grado en turismo, de universidades públicas y privadas en Argentina. La unidad de análisis comprende a los “alcances del título” y su relación con la “planificación territorial”.

Se realiza una recopilación sistemática de conjuntos categorizados de alcances de título por carrera y se trabaja luego en el procesamiento de datos que está dirigido a identificar niveles de asociación entre las actividades profesionales mencionadas en dichos alcances y las actividades propias de la planificación territorial en turismo.

Conjuntamente, se efectúa un análisis comparativo entre las distintas carreras que conforman la oferta de grado en turismo, incluyendo para ello algunos criterios comparativos tales como la antigüedad de los planes de estudios, la región a la que pertenecen las universidades (según CPRES) y el tipo de gestión (pública o privada), como así también, las unidades académicas de las que éstas dependen (según área disciplinar de predominancia).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En Argentina se dictan 59 carreras de Licenciatura en Turismo. De los resultados del registro de titulaciones oficiales³⁵, se desprende que de las 59 carreras (sin considerar los ciclos de licenciatura) 32 corresponden a universidades públicas y 27 a universidades privadas.

Examinando sus planes de estudio se desprende que en su mayoría incluyen alguna asignatura relacionada con la planificación. No obstante, al observar la especificidad de la denominación de dichas asignaturas, se observa que las mismas no hacen alusión en su denominación a la “planificación territorial”.

En cuanto a los alcances, se observa una gran dispersión y diversidad en los que predominan los alcances vinculados a la organización y gestión de empresas turísticas y la gestión pública del turismo, pero con escaso énfasis de actividades profesionales vinculadas a la planificación territorial. Por último, se observa una tendencia a incorporar la planificación como una función de intervención administrativa.

BIBLIOGRAFÍA

ANECA - Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (2004). Título de Grado en Turismo. Libro Blanco. Madrid: ANECA.

Antón, S.; González Reverté, F. (coord.) (2005). Planificación territorial del turismo. Barcelona: Ed. UOC.

Comoglio, M., Krichesky, G., y Totino, M. (2013). Lineamientos de Mejora para la Formación de Recursos Humanos en Turismo. Red Educativ.

Decreto PEN N° 256/94. Títulos Universitarios -definiciones y alcances-. 21 de febrero de 1994. Boletín Oficial - ADLA 1994 - A, 208.

³⁵ Ministerio de Educación. Base de títulos oficiales con Planes de Estudios aprobados por Resolución Ministerial (agosto de 2022).

Decreto PEN N°. 268/95. Promulgación de la Ley de Educación Superior N° 24.521. 10 de agosto de 1995. Boletín Oficial Nro. 28.204

Donaire, J. A. (1996). El turismo a los ojos del postmodernismo. La Costa Brava, Tunicia y los malls (Doctoral dissertation, Tesis Doctoral [no publicada]).

López Palomeque, F. L. (2007). Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos. *Turismo y Sociedad*, 8, 51-68.

Pires, E. L. S., Fuini, L. L., Mancini, R. F., y Piccoli Neto, D. (2011). Governança territorial: conceito, fatos e modalidades. Rio Claro: UNESP-IGCE: Programa de Pós-graduação em geografia.

Piróg, D., Kilar, W., y Rettinger, R. (2021). Self-assessment of competences and their impact on the perceived chances for a successful university-to-work transition: the example of tourism degree students in Poland. *Tertiary Education and Management*, 27, 367-384.

Pujadas, R. y Font, J. (1998). Ordenación y planificación territorial, Madrid, Editorial Síntesis..

Razquin Lizarraga, M. M. (2002). Planificación turística y planificación territorial: la necesidad de una convergencia. En Ordenación y gestión del territorio turístico. (pp. 111-147). Tirant lo Blanch.

Renzella, L. B. (2020). Inserción laboral de los graduados de la Licenciatura en Turismo (Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata).

Jafari, J. (2001). The scientification of tourism,[w:] Hosts and Guests Revisited, red. VL Smith, M. Brent, Cornell University, New York.

Tabales, A. F. (2004). Turismo y ordenación del territorio. *Quaderns de política econòmica*, 7, 36-47.

Urry, J. (1990). The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies. London: Sage.

Vera Rebollo, J. F. (coord.); López Palomeque, F.; Marchena, M. y Antón, S. (2011) Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Valencia: Tirant Lo Blanc. Colección Crónica.

Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

LOS SIG COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL DE LOS ESTUDIOS TURÍSTICOS

Girolimetto Daniela.

Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis.

Walker Elisabet.

CONICET, Facultad de Ingeniería y Ciencias Hídricas, Universidad Nacional del Litoral. Perepelizin Pablo.

Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis.

Tarcatano Diana.

Departamento Académico Ciencias Ambientales y Producción, Universidad Nacional de Los Comechingones

INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos han favorecido la compilación de la información geográfica proveniente de diversas ciencias, su tratamiento y su accesibilidad (Niño y Dana, 2016). Así, los Sistemas de Información Geográfica (SIG) ofrecen un entorno adecuado para la captura, almacenamiento y gestión tanto de la información geográfica como de la no geográfica, favoreciendo la gestión y planificación desde una perspectiva multidimensional.

En el desarrollo turístico inciden necesariamente un gran número de elementos, entre ellos, infraestructuras, movilidad, comercialización, medioambiente, entre otras; la integración de estos bloques es lo que genera dinamismo y es lo que conforma al final la actividad turística (Yumisaca-Tuquinga et al., 2018).

Siguiendo la mencionada perspectiva, en el área del turismo, la importancia de los SIG no solo radica en el manejo que puede darse a la información geográfica, haciendo posible la representación de los territorios, sino que ofrece grandes aportes en la gestión y planificación turística, siendo posible:

-Vincular la información estadística y descriptiva con el espacio geográfico que le dio origen; integrar, analizar e interpretar dicha información.

-Por su flexibilidad, los SIG también favorecen el diseño, desarrollo y/o fortalecimiento de los sistemas de políticas de turismo local y regional, articulando consistentemente los diversos actores presentes.

-Permitir el aprovechamiento de bases de datos de otras fuentes estadísticas generadas con diferentes propósitos para el mismo ámbito territorial (censos de población y vivienda, censos económicos, encuestas en hogares, catastro, registros administrativos, etc.)

-Ofrecer una amplia gama de presentación de datos a diferentes niveles de agregación territorial.

-Permitir la relación con bases de datos multimedia para el desarrollo de páginas web.

Por lo indicado, los SIG se convierten en una poderosa herramienta que permite conocer las características del recurso turístico, su relación con el medio y las actividades que en él se desarrollan. En este sentido, su implementación se hace indispensable a la hora de

estudiar las posibilidades de uso turístico de una determinada región desde la perspectiva de la planificación territorial con base en el análisis del patrimonio natural y cultural, en vistas a un desarrollo territorial inclusivo y multidimensional.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La provincia de San Luis, se encuentra emplazada en la región semiárida central de la República Argentina, donde la disponibilidad del recurso agua es limitada. Bajo este contexto, las políticas hídricas de la provincia, se basan fundamentalmente en la construcción de embalses artificiales que aseguren la disponibilidad del recurso. Sin embargo, estos cuerpos de agua traen consigo diversos impactos en el ecosistema donde se encuentran emplazados, que van desde variaciones ecológicas tanto en los entornos como en el interior del embalse (Girolimetto et al., 2019), hasta la aparición de un elemento que comienza a formar parte del paisaje dando lugar a nuevas actividades recreativas que en su mayoría, no han sido planificadas ni reguladas (Mateucci, 2021).

Como se señaló, los embalses artificiales son espacios propicios para el desarrollo de diversos fenómenos, entre ellos el turismo. Tal es el caso del Embalse Boca de Río ubicado sobre la RPN 1 a solo 6 km de la localidad de Villa del Carmen en el departamento Chacabuco junto a la imponente Sierra de los Comechingones. Este espejo de agua, construido durante el año 2012, fue ganando capacidad volumétrica a lo largo del tiempo y poco a poco se convirtió en el llamado “gigante al pie de Los Comechingones” con potencialidad turística basada en actividades náuticas y la posibilidad de realizar caminatas, además de utilizarse para consumo humano y ganadero (<https://agenciasanluis.com/notas/2017/07/30/dique-boca-del-rio-un-gigante-al-pie-de-los-comechingones/>).

Como se puede apreciar, el embalse Boca de Río, alberga un interés turístico local y regional. En este sentido, Girolimetto et al. (2022) analizaron la dinámica espacio/temporal de la humedad, como un subrogante de la evapotranspiración (ET), antes y después de la construcción de embalses artificiales y las comunidades de aves, en el centro de la provincia de San Luis, Argentina. Como resultados más significativos, encontraron que a medida que el espejo de agua aumenta, el umbral de cambio de la humedad se incrementa (esto es, la distancia hasta la cual es posible atribuir al embalse las variaciones en la humedad), correspondiéndose con una mayor presencia de hierbas palustres y aves de humedal. A su vez, Perepelizin et al. (2022) estudiaron los cambios ecológicos generados por los embalses artificiales sobre la vegetación mediante el uso combinado de índices teledetectados y relevamiento en campo, obteniendo para cada índice, intervalos de valores correspondientes a cada comunidad vegetal.

Esto nos abre las puertas para estudiar las relaciones multidimensionales que existen en estos nuevos espacios territoriales a partir de la implementación de un SIG, teniendo en cuenta que estos territorios cada vez más son utilizados con diferentes fines bajo modalidades poco planificadas. La información que de estos estudios surge, es relevante para quienes tienen a su cargo la planificación y gestión territorial, la que cada vez más debe ser abordada en todas sus dimensiones: ambiental, política, económica y social.

METODOLOGÍA

El área de estudio corresponde al embalse Boca de Río (15 hm³) y su periferia, ubicado al noreste de la provincia de San Luis (Figura 1). El cuerpo de agua se ubica en un área predominantemente de uso rural extensivo, con dominancia de comunidades vegetales herbáceas con presencia de zonas arbustivas y palustres en la cercanía al borde del espejo

de agua o en los márgenes de arroyos o canales. El uso turístico es aún escaso, pero con potencial de desarrollo, ligado a la relativa cercanía a la Villa de Merlo y su zona de influencia a lo largo de la Ruta Provincial 1 (Perepelizin et al., 2021).



Figura 1: Ubicación del embalse Boca de Río lindando a la Ruta Provincial 1 (en amarillo). Provincia de San Luis, Argentina. (Fuente: elaboración propia)

La metodología consiste en la generación de un SIG con base en clases correspondientes a las comunidades vegetales de Arbustal (Ar), Pajonal (Pj) y Pastizal (Pa) que fueron obtenidas estadísticamente mediante la aplicación del Índice de Vegetación Diferencial Normalizado (NDVI), obteniendo rangos numéricos para cada clase vegetal, los cuales fueron contrastados con la información relevada en campo tal como se describe en Perepelizin et al. (2022), y de esta forma obtener mapas de uso de suelo que puedan aportar información para la toma de decisiones en las futuras actividades turísticas que puedan ser desarrolladas en torno al embalse Boca de Río.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir de lo analizado en Perepelizin et al. (2022), se obtuvieron los siguientes rangos de NDVI para cada clase vegetal tal como se muestra en la Tabla 1:

Clase Vegetal	Rango de NDVI
Arbustal	0.32-0.44
Pastizal	0.44-0.53
Pajonal	0.53-0.66

Tabla 1: Rangos de NDVI para cada clase vegetal en torno al embalse Boca de Río Provincia de San Luis, Argentina. (Fuente: elaboración propia)

Con las clases de NDVI definidas en la Tabla 1 se aplicó la técnica de clasificación supervisada ofrecida por el software QGIS (<https://docs.qgis.org/>), obteniendo los mapas clasificados para fechas anteriores y posteriores a la creación del embalse Boca de Río que se observan en la Figura 2.

Tal como lo muestra la Figura 2, la aparición del embalse trajo consigo un cambio en el uso del suelo en las inmediaciones del mismo hasta una distancia de 500 m del borde del espejo de agua (Girolimetto et al. 2022). Claramente, se observa una disminución en el área de cobertura del Arbustal, siendo reemplazado por el Pajonal, como así también se advierte un desplazamiento del Pastizal hacia el este del embalse, zona de las laderas norte de las sierras del lugar.

Esta información resulta de interés a la hora de planificar de forma multidimensional las futuras actividades turísticas en la zona, debiéndose tener en cuenta la fragilidad del Pajonal, vegetación dominante a la fecha en torno al Embalse Boca de Río.

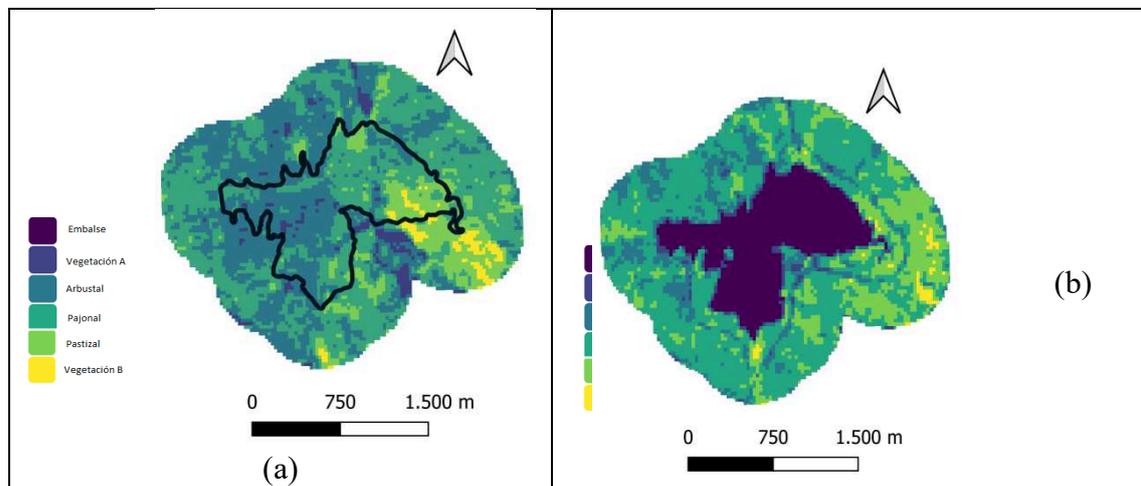


Figura 1: Mapas clasificados del Embalse boca de Río según las clases de Ar, Pj y Pa. (a) Año 2008, (b) Año 2023. (Fuente: elaboración propia)

Pensar en una planificar turística a partir de políticas medioambientales sostenibles y sustentables, implica un análisis multidimensional que permite examinar cuáles son las condiciones de sostenibilidad turística en destinos de naturaleza (Mendoza et al. 2021). En este sentido, el SIG es una herramienta básica sobre la cual se desarrollan todas las etapas de la investigación, permitiendo detectar los vínculos entre las dimensiones de análisis (Linares y Lan, 2007) favoreciendo la toma de decisiones.

BIBLIOGRAFÍA

Girolimetto, D.; Perepelizin, P.; Generoso, A. y Walker, E. (2019). Los espejos de agua artificiales y sus efectos sobre la evapotranspiración en una zona semiárida de la Argentina. IV Congreso nacional de Ciencia y Tecnología Ambiental. Universidad Nacional Arturo Jauretche. Florencio Varela, Argentina, desde el 2 al 5 de diciembre de 2019.

Girolimetto, D., Perepelizin, P., Walker, E. (2022). Efectos de los embalses artificiales sobre la evapotranspiración y la avifauna. *Tecnología Y Ciencias Del Agua*, 13(5), 01-38. <https://doi.org/10.24850/j-tyca-13-05-01>.

Linares, S. y Lan, D. (2007). Análisis multidimensional de la segregación socio espacial en Tandil (Argentina), aplicando SIG. *Investigaciones Geográficas*, núm. 44 (septiembre-diciembre 2007), pp. 149-166

Mateucci, M.P. (2021). La Producción Social del Espacio. Caso Dique Pisco Yaco. Cortaderas, San Luis, Argentina. Período 2010 – 2019 (Trabajo Final de Licenciatura). Universidad Nacional de San Luis, Argentina.

Mendoza, I., Rivera, M., Vera, J. (2021). El uso de indicadores multidimensionales de sostenibilidad turística. Una aplicación para la gestión de espacios naturales protegidos en la Provincia de Manabí (Ecuador). Revista Interamericana Ambiente y Turismo. Vol.17 no.1 Talca. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2021000100047>

Niño, S.G., Danna, J.P. (2016). Los Sistemas de Información Geográfica (SIG) en turismo como herramienta de desarrollo y planificación territorial en las regiones periféricas. Ciudades, Comunidades e Territorios, 32, pp. 18 – 39. ISSN: 2182-3030. DOI: <http://dx.doi.org/10.15847/citiescommunitiesterritories.jun2016.032.art02>.

Perepelizin, P.V.; Melidone M.; Baron, E. (2021). La gallina de los huevos de oro. El avance del turismo en los parajes rurales del noreste de San Luis, Argentina. Merope, 03: 68-82.

Perepelizin, P.V., Girolimetto, D., Walker, E., Tarcetano, D., Martínez, A. (2022). Determinación de cambios en la vegetación en embalses artificiales con potencial turístico. X Simposio Internacional y XVI Jornadas de Investigación – Acción en Turismo – CONDET 2022: “El Turismo en un mundo de transformaciones”. 28, 29 y 30 de septiembre de 2022 en la ciudad de Mar del Plata, Buenos Aires, Argentina.

Yumisaca-Tuquina, J., Ruiz-Sánchez, F., Orrala-Palacios, O. (2018). Propuesta metodológica basada en herramientas gis para el inventario de recursos turísticos en la Provincia de Santa Elena. Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial. Vol.4 No.11, 1-11

Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS DE LAS CARRERAS DE TRAIL RUNNING EN EL MEDIO NATURAL SERRANO DE TANDIL

Maldonado Milena, Ramos Aldo, Valenzuela Silvia.

Centro de Investigaciones y Estudios Ambientales, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

INTRODUCCIÓN

La motivación principal para realizar esta investigación radica en el continuo crecimiento que han presentado las carreras trail running en el espacio serrano de Tandil, como así también la incrementación de participantes en las mismas, teniendo en cuenta el auge que estamos atravesando en la sociedad de realizar actividades al aire libre, de tener contacto con la naturaleza, sin dejar de lado la mayor concientización en la importancia de la actividad física, y algo muy recurrente hoy en día el cuidado y mantenimiento del aspecto físico, como así también mayor cuidado en cuestiones referidas a la salud.

Ahora bien, dichas actividades deportivas se realizan sobre un medio natural, en este caso las sierras de Tandil, al tener un contacto directo con la naturaleza es posible plantearnos las siguientes preguntas: ¿Qué impacto tienen las carreras trail running en el medio natural? ¿Cuáles son los diferentes tipos de impacto? ¿Se ha realizado algún análisis para conocer este impacto? A raíz de estas preguntas de investigación se han planteado los siguientes objetivos:

Objetivo general: Evaluar los impactos potenciales en el medio natural serrano de las carreras trail running en Tandil.

MARCO TEÓRICO

Actualmente el cambio en los patrones y valores de consumo, impulsó un nuevo turismo (Poon, 1993). Hay una demanda por nuevos destinos, con recursos naturales y culturales, esto causa efectos adversos en los destinos, por lo que también la conservación de estos recursos también está tomando relevancia. De igual manera, en esta época también se da una tendencia general a concientizar sobre los impactos ambientales, y nuestras acciones en el destino, de acuerdo a Hall y Weiler (1992).

Según Opaschowski (2001) el turista actual no sólo busca ir de vacaciones, o escaparse de su rutina, sino que busca emociones para el enriquecimiento personal, felicidad y otras percepciones. Fue así como, según Poon (1994), el turismo de masa estandarizado fue reemplazado por un nuevo turismo manejado por adelantos tecnológicos y la sensibilidad del turista.

La cultura moderna valora y demanda el desarrollo de actividades lúdicas, y dentro de este abanico de opciones se destaca el turismo, siendo ésta generadora de cambios en la sociedad contemporánea desde mediados del siglo pasado (Merinero y Pulido, 2009). De ahí que las actividades recreativas se han constituido en una necesidad social, porque existe una actitud favorable hacia la satisfacción física y psíquica de disfrutar lugares distintos al lugar de residencia. Y es que el turismo se ha transformado en un bien con un

alto contenido de valores económicos, culturales y sociales que producen la satisfacción de la necesidad humana de ocio activo (Farrell y Twining, 2004).

En la actualidad, bajo esta modalidad de ocio y turismo, el deporte es una de las aristas más fuertes, visto que la sociedad se ve cada vez más relacionada a él, denotando un mayor acercamiento. Por tanto, nos referimos a una sociedad actual, particularizada por una cultura cada vez más globalizada, y con un elemento universal, como el juego, que luego deriva en actividad física y posteriormente desemboca de forma parcial en deporte, elemento que está presente en todas las culturas y sociedades. El deporte en el contexto de la sociedad actual es una actividad generadora de relaciones sociales y está inseparablemente unido a la gestación de identidades colectivas y personales, a su vez el deporte permite a los individuos dar respuesta a sus necesidades de socialización favoreciendo relaciones micro-grupales. Mediante el deporte, los individuos pueden dar una equilibrada salida a sus emociones, estableciéndose como un contexto idóneo para entablar íntimas relaciones primarias de afecto y empatía (Pérez Flores y Muñoz Sanchez, 2018)

Como estuvimos mencionando anteriormente, a la par del crecimiento del turismo, crecieron los eventos y fenómenos deportivos, como así también el interés de las personas por involucrarse y ser parte de dichos eventos, es de esta forma como el turismo y el deporte comienzan a ser piezas claves de las prácticas que se desarrollan en los tiempos de ocio.

La notabilidad que han ido adquiriendo las prácticas deportivas y turísticas en los últimos años, hay que enmarcarla en los cambios experimentados por el sector del ocio a lo largo del siglo XX. Frente al concepto de ocio como actividad contemplativa y reflexiva propia de los griegos, en los últimos treinta años se ha venido imponiendo una idea de «ocio activo», y aquí es donde deben quedar insertos los cambios vividos en el campo del turismo y del deporte (Luque Gil, 2003:133)

Por lo tanto, podemos establecer que la práctica física, el cuidado de la salud y el turismo, forman parte de un grupo de actividades que podemos realizar durante nuestro tiempo de ocio. El deporte y el turismo serían ámbitos propios del ocio (San Salvador, 2000; Hinch y cols., 2005 en Masia y Montero, 2010:4).

Está claro que el medio natural ha pasado de ser un espacio deportivo restringido a grandes especialistas y a personas muy preparadas físicamente, con un gran respeto y sensibilidad hacia el medio, para convertirse en un escenario de práctica menos selectiva y abierta a cualquier tipo de persona que desea iniciarse en la práctica deportiva en cualquiera de sus múltiples modalidades – recreativa, amateur, profesional – (Martos, 2002; Puchan, 2005; Granero & Baena, 2010 en Torbidoni y otros, 2018).

Actualmente diferentes hechos constatan el interés creciente de las prácticas turístico-deportivas en la naturaleza, esta importancia ha generado efectos positivos y negativos, por ejemplo, ha posibilitado el acercamiento al medio natural y el conocimiento de ecosistemas, sin embargo, los efectos negativos, como algunos varios de los que nombramos anteriormente, también se han hecho notar y han supuesto la degradación ambiental de determinados espacios ecológicamente frágiles (Luque Gil, 2003:132) Y a partir de esto queremos destacar que contar con el entendimiento de los impactos del turismo deportivo y de las técnicas para su manejo de forma apropiada es un factor crítico para los intereses de desarrollo de destinos de turismo deportivo.

METODOLOGÍA

Para poder analizar lo mencionado anteriormente se implementará una estrategia descriptiva, la cual nos brindará los elementos necesarios para abordar la temática.

En un principio se realizará la sistematización de la bibliografía para construir el marco conceptual, posterior a esto se llevará a cabo el trabajo de campo, utilizando fuentes primarias y secundarias.

Las fuentes primarias serán informantes calificados, tales como los organizadores de las carreras, los corredores y funcionarios públicos abocados al deporte. Para recolectar información de estas fuentes se realizaron entrevistas semi-estructuradas

En cuanto a fuentes secundarias se recolecta información divulgada por las organizaciones en sus páginas web y redes sociales, como así también notas proporcionadas por diferentes medios de comunicación.

Se consideran las siguientes variables: Variables cuantitativas: Duración de la práctica, frecuencia de práctica y número de participantes y Variables cualitativas: Percepción del practicante del espacio natural, percepción de la organización del espacio natural, legislación o normas.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El análisis preliminar realizado ha permitido constatar que desde la dirección de deportes de Tandil se brinda un reglamento general para todas las carreras trail running a desarrollarse en la ciudad durante el año, las mismas son organizadas previo a comenzar el año en un calendario deportivo, donde se tienen en cuenta todas las disciplinas, no solo las trail, este reglamento que les llega a los diferentes organizadores hace hincapié en la autorización para solicitar el uso de espacios públicos al consejo deliberante de la ciudad, informar el recorrido, hidratación, sanitarios y sanidad, seguros e impuestos.

No se observa en el mismo una contemplación respecto a la flora y la fauna, como así también a las especies y zonas protegidas de Tandil, no hay límites en cuanto a la diagramación de los recorridos, siempre y cuando estos sean informados y evaluados previamente por la Dirección de Deportes, en conjunto con el consejo deliberante.

Desde la dirección se insiste a los organizadores que consideren el tema de residuos, para que ellos mismos concienticen a los corredores, previo a la carrera, sobre el desecho de botellas plásticas de agua, geles, embalajes, etc.

También consideran importante mencionar la recolección de las cintas de peligro, que son las que generalmente se utilizan para demarcar el recorrido de las carreras, para que de esta manera los corredores no se pierdan y transiten sólo por los sitios que estaban delimitados en el recorrido inicial.

Al hablar de recorridos, debemos mencionar que gran parte de las Trail Running desarrolladas en Tandil, utilizan los mismos “senderos”, la mayoría de ellos públicos y ya transitados por la población local, aunque algunos de los organizadores optan por establecer contacto con dueños particulares de algunos terrenos serranos, para solicitar el paso de la carrera por dicho terreno, ya que muchas veces para atraer nuevos participantes consideran que deben optar por nuevos recorridos, teniendo en cuenta que hay carreras que se desarrollan hace más de 14 años, como por ejemplo el cruce Tandilia. O la actual Adventure Race, que ha cambiado de nombre en varias oportunidades, pero ya lleva más de 20 años de actividad en nuestra ciudad.

Para finalizar es posible decir que, con relación al objetivo general planteado, si bien la investigación está en sus comienzos, se detecta solamente un interés en relación al posible impacto producido por la dispersión en el territorio de los residuos plásticos generados por los participantes y en parte por la organización (cintas demarcatorias) pero no se hace ninguna mención o no se consideran efectos potenciales sobre el suelo, flora, recursos hídricos, etc., lo que marca la necesidad de comenzar a concientizar a los organizadores

e incluso al propio municipio sobre las consecuencias de desarrollar este tipo de carreras en el medio serrano sin una mínima evaluación previa.

BIBLIOGRAFÍA

Farrell, B. y L. Twining-Ward (2004) Reconceptualizing tourism, *Annals of Tourism Research*, Volume 31, Issue 2, 274-295.

Farias-Torbidoni, E., Seguí Urbaneja, J., Ferrer, R. y Dorado V. (2018) Carreras de trail running y marchas por montaña en España. Número, evolución e incidencia sobre la Red Natura 2000. *Pirineos*, 173, e034.

Hall, M. y Weiler, B. (1992) Introduction. What's special about special interest tourism? In B. Weiler, & C. M. Hall (Eds.), *Special interest tourism*. Bellhaven Press.

Luque Gil, A. M. (2003) La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza. *Cuadernos de Turismo*, 12, 131–150.

Masia, J. y Montero, D. (2011) Ocio, Deporte y Turismo. Situación actual y líneas de negocio. *Esporte e Sociedade*, Año 6, N.16, 1-31.

Merinero Rodríguez, R., y Pulido Fernández, J. I. (2009) Desarrollo turístico y dinámica relacional. metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, (23), 173–194.

Opaschowski, H. (2001) *Tourismus im 21. Jahrhundert, das gekaufte paradies*, B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut GmbH, Hamburg.

Pérez Flores, A. M. y Muñoz Sánchez, V. M. (2018) Deporte, cultura y sociedad: un estado actual de la cuestión. *Revista de Humanidades*, N. 34,11-38.

Poon, A. (1994) The new tourism revolution. *Tourism Management*, Vol. 15, 2, 91-92.

Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

TURISMO EN BOCA DE RÍO: PROPUESTA TURÍSTICA DE PRESERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA E INTEGRACIÓN DE RESIDENTES COMO BENEFICIARIOS

Reinoso María Pilar, Perepelizin Pablo V., Girolimetto Daniela T.

Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis

INTRODUCCIÓN

El presente estudio surge del interés general por las zonas serranas, la naturaleza, la prioridad en el cuidado del ambiente y los entornos naturales y las actividades al aire libre en relación con el turismo y los cuerpos de agua, donde se visualiza un amplio potencial aún no despierto.

Este trabajo tiene como objeto de estudio el dique Boca de Río, al noreste en la provincia de San Luis y a unos 80 km de la ciudad de Merlo, epicentro turístico de la región. Este embalse, presenta un potencial turístico aún no desarrollado lo que nos lleva estudiar las posibles propuestas de desarrollo turístico se pueden diseñar en el dique, contribuyendo a mejorar el estado de conservación de la flora existente e incorporando a los residentes como beneficiarios.

Para llevar adelante el presente trabajo, se plantea como objetivo diseñar una propuesta turística sustentable en el embalse Boca de Río que considere la preservación de la vegetación y la integración de los residentes.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El turismo en el Corredor “Costa de los Comechingones” y corredor “Traslasierra” creció progresivamente por acciones de promoción turística y generación de actividades recreativas de ocio durante el tiempo libre de los visitantes.

Atendiendo a esa necesidad, se pretende desarrollar un equilibrio disfrute-protección de naturaleza y su flora y fauna, en el marco de un desarrollo sustentable. Para ello, se requiere de una planificación que considere el aporte de los habitantes, desde la mirada de la planificación territorial participativa.

Boullón (2006) sostiene que el espacio turístico está compuesto por los atractivos turísticos, por la planta y por la infraestructura turística, que se encuentran distribuidos territorialmente. Es decir que este se forma por la integración de variables heterogéneas. Al integrar esas variables, surgen los polos. Estas son las localidades que modifican significativamente su entorno ambiental, cultural, social y económico. Conjugando los diferentes poblados, se crean estructuras espaciales conformando corredores turísticos. Dichos corredores pueden definirse como espacios homogéneos con cercanía a los atractivos y con servicios complementarios que se integran de modo natural con las rutas troncales que integran (Vázquez Martínez y Vázquez Solís, 2017). Son esas vías de conexión las que funcionan como elemento estructurador del espacio turístico, que deben

cumplir con tener paisajes singulares y la mayor cantidad de atractivos de manera lineal para aquellos visitantes que la transiten en su tiempo libre.

El tiempo libre se entiende como transformador del hombre y está compuesto por 3 “D”: descanso intencionado, no fatiga; diversión, para expresar la personalidad y desarrollo, y la creación liberada que demuestra la libertad propia (Boullón, 2006). Morales Cardozo (2017, 14 de septiembre) explica a la recreación como aquella actitud frente a actividades que generen un desarrollo vital satisfactorio. Considerando a la recreación desde un enfoque socioambiental, se considera como una herramienta para apropiarse de nuevos conocimientos de uso y comportamiento en la naturaleza y la sociedad.

Siempre hay que tener en cuenta que, como dice Prats (2003): Patrimonio + turismo no siempre equivalen a desarrollo, sino que, a veces, se hace insostenible a largo plazo por la devastación de un espacio. El turismo de naturaleza es una posibilidad de solución ya que vincula desarrollo y turismo sostenible en hábitats naturales que adquieren gran relevancia. Arocena (2001) deja en claro que, al desarrollar, se debe tener en cuenta la existencia de una complejidad en la realidad y una dificultad de ser abordada por ciencias totalizadoras.

Es un proceso complejo, producto de una construcción colectiva a nivel local y por la movilización de recursos territoriales en un proyecto común que incluye a la población. Ésta se encuentra atravesada por la cultura, la cual se entiende desde su raíz etimológica proveniente de “cultivo”, que demuestra la relación intrínseca cultura- naturaleza. Por eso se propone un desarrollo sustentable, que es un proceso ecológicamente sano y humanamente habitable, que exige actores sociales responsables y comprometidos. Tomando como base cinco ejes primordiales: ecología, economía, ética, sociedad y gobernanza (Ortiz y Arévalo, 2015). A lo anteriormente mencionado, se le suma la idea de emprendimiento *pro sostenible*, la cual preserva la naturaleza, apoya la vida y la comunidad, con oportunidades (materializadas en nuevos productos, procesos y servicios) para satisfacer necesidades de la sociedad en general.

La planificación entonces toma un rol fundamental, ya que es el resultado de un proceso lógico que analiza la realidad circundante y decide medios para transformarla de acuerdo con sus intereses. Rivas y Zeledón (2002) proponen una planificación territorial que incorpora la dimensión ambiental y la participación ciudadana como instrumentos de ordenamiento territorial. Promueve un uso sustentable del territorio, unificando a corto y largo plazo intereses económicos, sociales, políticos y ambientales. Las actividades turísticas ofrecidas por municipios obedecen a necesidades de comunidades locales y son claves para fortalecer y dar a conocer su identidad. Lo que articula sustentabilidad y calidad de vida en los pobladores del destino.

Rodríguez Velázquez et al. (2013) une las ideas previas de planificación en una más compleja que es la planificación recreacional. Es el interés de los individuos en hacer recreación como herramienta de desarrollo sustentable. Considera el conocimiento, la demanda y la oferta recreacional local, los actores prestadores del servicio y la planificación de uso de suelo para satisfacer la demanda del público. Se maximizan así los beneficios sociales de recreación asegurando su conservación y minimizando los impactos que garanticen un equilibrio entre intereses y medioambiente.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se enmarca en el método exploratorio descriptivo y sus bases principales son la flora, la preservación y la puesta en valor. Para la flora se realizaron relevamientos *in situ* de las comunidades con el método de estimación de cobertura de Braun Blanquet. (Alcaraz Ariza, 2013). Se seleccionaron parcelas con variedad de flora como muestras representativas en trabajo de campo para cubrir el entorno del espejo de agua. Luego se identificaron las especies con las muestras recolectadas.

La información de base se complementó con 87 encuestas mixtas realizadas a alumnos de nivel medio de la localidad más cercana, Villa del Carmen, en cuya área de influencia se encuentra el Dique Boca de Río, con el fin de recabar información sobre la percepción de los habitantes en vista de generar opciones fundadas de puesta en valor del cuerpo de agua.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Se relevaron 70 especies vegetales, con mayor predominancia de cobertura de pastizales en las zonas más elevadas y secas y con pajonales en los bordes del espejo de agua. En cuanto a los arbustales, se encuentran en sectores muy delimitados con presencia de bosque de chañar cerrado. Se debe tener en cuenta, que la periferia al embalse fue zona de agricultura y, en menor escala, ganadería. A esto se suma que el área estuvo atravesada por la Ruta Provincial 1 en su tramo anterior, cuyos vestigios permanecen como restos de antiguos caminos. Actualmente esta ruta bordea la represa. Esto explicaría la presencia de comunidades de vegetación secundaria, al considerarse un entorno natural alterado por los usos productivos, actualmente en recuperación.

En base a las encuestas realizadas en la única escuela de nivel medio, se detectó que, a medida que los/as estudiantes avanzan su formación, manifiestan un mayor conocimiento del embalse Dique Boca de Río, posiblemente debido a la posibilidad de poder visitarlo independientemente de sus padreas o mayores a cargo. Se manifiesta que los espacios más usados coinciden con los sitios ya impactados, como zonas del puente, arroyo, murallón y la “playita”. Espacios donde estuvo ubicado el antiguo obrador. Esto podría considerarse una ventaja, ya que permite empezar a poner en valor los lugares ya utilizados por la comunidad y ya impactados. Respecto a las posibles mejoras en esos sitios, se plantea una necesidad de puesta en valor. Surge la propuesta de crear espacios con mesas, sillas, sombrillas, asadores, disponibilidad de sombra, espacios donde poder ingresar al agua de modo seguro, senderos, barandas, tachos de basura y puestos de comida, entre otros. También se valora la posibilidad de realizar ciertas actividades ligadas al turismo de naturaleza como kayakismo, pesca deportiva, cabalgatas y senderismo.

La puesta en valor del embalse Boca de Río, resulta estratégico por su ubicación dentro del corredor turístico del faldeo de las Sierras de los Comechingones. La incorporación de variables del medio natural como la cobertura de la vegetación dentro de la planificación territorial resulta de gran valor dado el interés cada vez más creciente en el disfrute y la conservación del patrimonio natural ligado al uso turístico. Eso permite la determinación de zonas de alta biodiversidad y de ecosistemas frágiles para su adecuada gestión. Asimismo, poder incorporar información proveniente de actores territoriales, conscientes de la complejidad que implica considerar al turismo como herramienta de desarrollo local, brinda la posibilidad de tomar decisiones tendientes a la práctica sustentable de la actividad y con alta aceptabilidad bajo la premisa de la planificación

participativa tanto de la comunidad local como del visitante. Finalmente, incorporar la variable socioambiental a las actividades recreativas es una herramienta de apropiación de nuevos conocimientos que permiten el buen uso de la naturaleza y un desarrollo vital satisfactorio en el tiempo libre de ocio.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaraz Ariza, F. (14 feb. 2013). El método fitosociológico. Universidad de Murcia, España. <https://www.um.es/docencia/geobotanica/ficheros/tema11.pdf>

Arocena, J. (2001). El desarrollo local: un desafío contemporáneo. Taurus -Universidad Católica, Uruguay. http://www.ecominga.uqam.ca/ECOMINGA_2011/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_L ECTURE_1/2/2.Arocena.pdf

Boullón, R. C. (2006). Espacio turístico. Ed. Trillas, México, 14, 7-245. Recuperado de <http://prepacihuahuan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturistico Robertoc.boullon.pdf>

Morales Cardozo, J. (14 sept. 2017). La recreación y el tiempo libre en las personas con limitación visual. <https://www.phine.org.mx/post/2017/09/14/la-recreaci%C3%B3n-y-el-tiempo-libre-en-las-personas-con-limitaci%C3%B3n-visual>

Ortiz, D., & Arévalo, N. (2015). El desarrollo sostenible y desarrollo sustentable: concepto, uso y pertinencia. Bogotá, Colombia. <https://www.aeca1.org/xviiencuentroaeca/comunicaciones/113h.pdf>

Prats, L. (2003) Patrimonio + Turismo = ¿Desarrollo? Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Vol. 1 Núm. 2 Pág. 127-136. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1252469>

Rivas, M., & Zeledón, J. L. (2002). La planificación ambiental estratégica en los instrumentos de Ordenamiento Territorial. Caso de estudio: el Plan regulador Intercomunal del Alto Aconcagua (PRIAA). Provincias de San Felipe y Los Andes, V región, Valparaíso, Chile. Revista Proyección, 1(2). https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitaes/3113/rivaszeledonproyeccion2.pdf

Rodríguez Velázquez, V., Osorio García, M., Nava Bernal, G., Franco Maass, S., & Regil García, H. H. (2013). Planificación del desarrollo recreativo-turístico sustentable en el ejido La Peñuela, Parque Nacional Nevado de Toluca, México. Teoría y Praxis, (14), 25-58. [fecha de Consulta 6 de Noviembre de 2022]. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145104003>

Vázquez Martínez, G. A., & Vázquez Solís, V. (2017). Evaluación de recursos naturales y culturales para la creación de un corredor turístico en el altiplano de San Luis Potosí, México. Investigaciones geográficas, (94), 0-0. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112017000300008

Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

¿PAISAJE ROTO? TRANSFORMACIONES TERRITORIALES, PAISAJE Y TURISMO EN USHUAIA

Barrios Diego.

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

Ushuaia es la única ciudad argentina que se encuentra cruzando la Cordillera de los Andes, cordón montañoso que se ubica al norte de esta y que, junto al Canal de Beagle al sur y a los frondosos bosques de lengas y ñires al este y oeste, ofician de límites naturales para la ciudad.

De la misma manera, su localización geográfica y sus condiciones climáticas y ambientales le imprimen al territorio un carácter particular, donde el paisaje aparece como uno de los atractivos más valorados por la práctica turística. Sin embargo, estos mismos rasgos que distinguen a Ushuaia, han condicionado -a lo largo del tiempo- su crecimiento y desarrollo (Orzanco, 1999).

En 1884, el Estado argentino se hizo presente en el territorio oficializando la fundación del poblado de Ushuaia bajo jurisdicción de la Armada Argentina como subprefectura. Desde ese momento, distintos fueron los recursos implementados para asegurar la soberanía sobre la región. Entre estos se destacan la creación de una base naval, la construcción de un presidio y el incentivo a la radicación de industrias, siendo este último el de mayor desarrollo y expansión.

En este contexto, la actividad turística fue ganando importancia en el territorio, pudiéndose identificar como primeros indicios de su impulso: la creación del Parque Nacional Tierra del Fuego (hacia la década de 1960), la institucionalización local y regional de la actividad por la creación de distintos organismos oficiales de turismo (entre las décadas de 1970 y 1980) y el desarrollo y consolidación de una oferta de servicios locales (en las décadas siguientes).

Sin embargo, el turismo -como una práctica social consumidora y transformadora de territorios- se encontraría en una disputa territorial frente a la fuerte presencia y desarrollo alcanzado por la industria, los procesos y prácticas derivados y las diversas transformaciones a partir del uso y aprovechamiento del territorio, principalmente, en el período comprendido entre los años 2003 y 2015.

MARCO TEÓRICO

A partir del enfoque cultural de la geografía, toman relevancia las relaciones inherentes a los actores, sean estos individuos o colectivos, tanto entre sí como entre estos y el territorio (Bertoncello, 2002; Cammarata, 2006; Comparato, 2018). En este sentido, como sostiene Ortega Valcárcel (2000, como se citó en Pinassi, 2019), las particularidades distintivas y las singularidades de los lugares adquieren nuevos significados en torno a la percepción subjetiva de la localidad.

Así, la disciplina geográfica aporta una mirada cultural sobre el turismo y sobre el territorio, dando lugar a una geografía del turismo, enfoque desde el cual se entiende al primero como una práctica social que involucra el desplazamiento espacial de personas y al segundo como una construcción social inherente a la relación entre espacio físico y espacio simbólico. De esta manera, según Bertoncello (2002), es posible hablar de un territorio turístico como aquel espacio donde se desarrolla la práctica turística, la cual valora aquellos elementos -materiales e inmateriales- que otorgan un carácter distintivo a los lugares.

Con el crecimiento del turismo, algunos autores sostienen que en determinadas geografías se produce una mercantilización de los lugares (Dimitriu, 2002; Nieto, 2011). Tal es el caso de los paisajes, que se caracterizan por una determinada distribución de elementos cuya percepción e interpretación cambian en función de la construcción de nuevas significaciones y contenidos que las sociedades les otorgan (Nogué i Font, 1992; Santos, 2000).

Por otra parte, considerando los aportes de la teoría general de sistemas al estudio del turismo, se concibe la existencia de un sistema turístico que se encuentra contenido dentro de un sistema mayor -un sistema territorial que lo relaciona con otros sistemas-, y donde el Estado adquiere un papel de suma importancia, cumpliendo un doble rol como agente de ordenamiento del territorio y como agente de desarrollo para la actividad turística, procurando el posicionamiento, consolidación y desarrollo del territorio como destino turístico (Huertas, 2016).

En vinculación a lo anterior, se desprende la noción de desarrollo turístico desde un enfoque sistémico, como un proceso de producción de dinámicas sociales, culturales, económicas a nivel local, que induce a la articulación de los actores involucrados en el sector turístico para la conservación de la identidad local y del territorio en el cual este tiene lugar y satisfaciendo las necesidades e intereses de tres actores: turistas, prestadores y comunidad local (Boisier, 2005; Moscoso, 2013; Muñoz-Mazón y González, 2015).

Al hablar de transformaciones territoriales desde una perspectiva geográfica y turística, son diversos los autores que abordan el tema y diversos los conceptos que se vinculan. Según Bertoncello (2002), Bustos Cara (2002) y Moscoso (2013), cuando una sociedad se apropia de un espacio, se expresa sobre éste a través de sus prácticas sociales, configurándolo y configurándose así misma en un proceso continuo.

En virtud de su carácter territorial y como práctica social, el turismo es propenso a causar y a sufrir los impactos que se producen sobre las estructuras del territorio (sociales, económicas, culturales). Cuando un impacto es lo suficientemente grande, veloz e intenso, podría originar una desestructuración territorial evidenciada principalmente en la transformación del paisaje (Nogué i Font, 1989). Es decir, cuando un territorio no está preparado para incorporar el dinamismo con el que se despliega sobre él una práctica social, este evidenciará transformaciones territoriales considerables que podrían atentar, en el caso de la actividad turística, contra el valor mismo de los atractivos del territorio (sobre todo naturales) y sobre aquellas actividades vinculadas a su disfrute.

METODOLOGÍA

El presente trabajo busca exponer resultados obtenidos en la investigación abordada para el desarrollo de la tesis de grado³⁶. Tomando como caso de estudio a la ciudad de Ushuaia, el objetivo es conocer las valoraciones que actores locales vinculados a la actividad

³⁶ Por cuestiones de anonimato no se mencionan los datos de dicha tesis de grado. Sin embargo, en el trabajo completo se mencionará y hará referencia a la misma.

turística tienen con relación a las transformaciones territoriales producidas sobre el paisaje de Ushuaia durante el período 2003-2015.

En primer lugar, el trabajo realiza una introducción al mencionado caso de estudio. A partir de una revisión de bibliografía es posible conocer el origen del poblado y su dinámica de desarrollo a lo largo de los años. Además, se ensaya una breve descripción de los aspectos socioeconómicos más relevantes de la ciudad, según el censo nacional del año 2010.

Por otra parte, se exponen las características y particularidades del caso como destino turístico, destacando la importancia del paisaje visto como uno de sus recursos más valorados por el turismo.

Finalmente, utilizando una metodología de triangulación de datos obtenidos a partir de tres fuentes: la revisión bibliográfica, las entrevistas a actores locales y el registro fotográfico documental, los mismos son integrados en una interpretación aproximada a la realidad de la problemática.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Entre los principales resultados se encontró que las características geográficas y ambientales del territorio han condicionado las dinámicas de desarrollo y poblamiento de la región. En este sentido, el Estado nacional -desde el siglo XIX- ha recurrido a diversas estrategias para impulsar estos procesos, siendo la de mayor relevancia el incentivo a la radicación de industrias a partir de la década de 1970.

Este impulso al desarrollo industrial trajo aparejado una sucesión de corrientes migratorias hacia la región en diversas etapas. La última de ellas, en el período 2003-2015, se caracterizó por un crecimiento poblacional y urbano no planificado e informal que, a diferencia de etapas anteriores, se encuentran más expuestos a simple vista en las laderas de montaña circundantes que forman parte del paisaje y de la vista panorámica del destino.

Esta falta de planificación junto con las limitaciones físicas del territorio, dieron lugar a un déficit en la disponibilidad de suelos urbanizables y a dificultades en el acceso a la tierra para producción de viviendas, situación que derivó en el surgimiento de asentamientos informales, algunos de ellos en las laderas montañosas modificando un paisaje que es valorado por el turismo y poniendo de relieve conflictos socioterritoriales entre diversos actores del destino, comunidad local y nuevos habitantes de la ciudad.

Entre los mencionados conflictos se destacan el vertido de residuos, la tala del bosque, la intrusión de viviendas precarias en áreas naturales bajo conservación y la preocupación de los actores locales frente a unas transformaciones territoriales en el paisaje que no pasan desapercibidas ante los ojos del turista.

En virtud de ello, cabe plantearse algunos interrogantes. En primer lugar, si a partir de las transformaciones territoriales ocurridas es posible interpretar que el paisaje del destino está roto. Sobre todo, considerando que el paisaje actúa como un indicador de las desestructuraciones que se producen en un territorio, una situación que aparece como síntoma de un problema que afecta a las estructuras sociales, medioambientales y económicas que componen al territorio.

Por otra parte, si este paisaje efectivamente puede interpretarse como roto, ¿qué ocurriría con la estructura turística que compone al territorio? ¿cómo se vería afectado el desarrollo turístico de la ciudad a futuro?

Finalmente, cabría pensar que socavar las disputas sociales y territoriales que se identifican debiera ser el primer paso para planificar un desarrollo que involucre los distintos campos que configuran un territorio, es decir, sus dimensiones simbólicas,

sociales, infraestructurales, humanas, medioambientales, patrimoniales, financieras, económicas, en el cual se incluye la actividad turística del destino.

BIBLIOGRAFÍA

- Almirón, A. V. (2004). Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. *GEOUSP Espaço e Tempo* (Online), (16), 166-180.
- Almirón, A., Bertonecello, R., y Troncoso, C. A. (2006). Turismo, patrimonio y territorio: Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina. *Estudios y perspectivas en turismo*, 15(2), 101-124.
- Bertonecello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*, 6(2), 29-50.
- Boisier, S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *Revista de la CEPAL*, 86.
- Bustos Cara, R. (2002). Los sistemas territoriales. Etapas de Estructuración y Desestructuración en Argentina. *Anales de Geografía de la Univ. Complutense*, 22, 113-129.
- Cammarata, E. B. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. *América Latina: cidade, campo e turismo*, 6.
- Carpinetti, N. E. (2009). Dinámica migratoria y promoción industrial. La inserción ocupacional en Tierra del Fuego después del poblamiento. *Papeles de población*, 15(60), 65-97.
- Chiari, M. (2013). *Problemática ecológico-política de la ciudad de Ushuaia en el período 1991-2011: Un análisis de las relaciones de poder en perspectiva a la viabilidad comunal*. [Tesis doctoral en Ciencia Política. Universidad Nacional de Rosario.]
- Claval, P. (2002). El enfoque cultural y las concepciones geográficas del espacio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (34).
- Comparato, G. (2018). (De) construyendo los estudios del turismo y la geografía (s). Una aproximación a las mutaciones en América Latina a partir de la segunda posguerra. *GeoGraphos: Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales*, 9(111), 266-290.
- Dimitriu, A. (2002). Producir y consumir lugares: Reflexiones sobre la Patagonia como mercancía. *Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, 4(3), 68-99.
- Fank, L. (2018). La promoción industrial y sus impactos en el espacio urbano de ciudades de Tierra del Fuego. *En publicación: VII Jornadas de Investigación "Encuentro y Reflexión"*.
- Fank, L. (2019). Promoción Industrial e Informalidad urbana en Tierra del Fuego: análisis histórico comparativo. *Revista Faro*, Vol. 2, N°30 (II Semestre 2019), págs. 138-162.
- Finck, N., Lobato, S., López, J., Martínez, A., y Moreno Russo, F. (2016). Las ciudades fueguinas en perspectiva comparada. Un análisis de las políticas de producción de suelo y vivienda en Ushuaia y Río Grande, durante la última década (2005-2015). *En publicación: IX Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata*.
- Hernández, F. M. (2016). El estudio social del paisaje a través de la "postal turística". *Revista Universitaria de Geografía*, 25(2).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. D. P. (2014). *Metodología de la investigación*. Ed. McGraw-hill.
- Hiernaux, D. (2008). El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del turismo. *GEOUSP – Espacio y Tiempo*, 23, 177-187.

- Huertas, F. O. (2016). *La articulación de políticas públicas de turismo, el desarrollo de la actividad y su correlación con el PBG en Ushuaia, Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, República Argentina, desde 1988 hasta 2010*. [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina].
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y sociedad*, 42(1), 39-56.
- Luiz, M. T., y Daverio, M. E. (2002). Imaginario como recurso turístico: Tierra del Fuego. *Revista Turismo em Análise*, 13(2), 96-107.
- Manzanal, M. (2007). Territorio, poder e instituciones. Una perspectiva crítica sobre la producción del territorio. En M. Manzanal, M. Arzeno y B. Nussbaumer (Comps.). *Territorios en construcción. Actores, tramas y gobiernos, entre la cooperación y el conflicto*, 15-50.
- Molpeceres, C. (2017). Repensando el territorio en el fin del mundo. *Investigación+Acción*, (20), 77-100.
- Moscoso, F. V. (2013). El papel de los actores territoriales en la definición y configuración de modelos de desarrollo turístico. In *Congreso de Turismo: "El Turismo y los Nuevos Paradigmas Educativos"*, Ushuaia, Argentina, 2013.
- Mosti, P. A. (2009). *El uso recreativo-turístico de los espacios naturales en el sur de Tierra del Fuego, Ushuaia, Argentina*. [Tesis doctoral, Universidad Internacional de Andalucía].
- Muñoz-Mazón, A., y González, M. V. (2015). Colaboración y gobernanza para el desarrollo turístico. Aranjuez como estudio de caso. *Cuadernos de turismo*, (35), 311-33
- Nieto, C. C. (2011). La mercantilización de la estética del paisaje: el valor de las imágenes en el primer turismo alpino. *Espacios y destinos turísticos en tiempos de globalización y crisis*, 1, 203-209
- Nogué i Font, J. (1989). Paisaje y turismo. *Estudios Turísticos*, 1989, núm. 103, p. 35-45.
- Nogué i Font, J. (1992). Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio. *Estudios Turísticos*, 115, p. 45-54.
- Orzanco, M. G. (1999). Problemas ambientales detectados por la población de Ushuaia (Tierra del Fuego, Argentina). *Investigaciones geográficas*, (40), 85-98.
- Otero Urieta, A. (2007). La importancia de la visión de territorio para la construcción de desarrollo competitivo de los destinos turísticos. *Cuadernos De Turismo*, (19).
- Pinassi, C. A., y Ercolani, P. (2015). Geografía del turismo: análisis de las publicaciones científicas en revistas turísticas. El caso de Argentina. *Cuadernos de geografía: revista colombiana de geografía*, 24(1), 214-230.
- Pinassi, C. A. (2019). Espacio vivido patrimonial: una mirada alternativa del patrimonio cultural desde la ciencia geográfica. *Ería Revista cuatrimestral de geografía*, 39(1), 99-107
- Rodríguez, N. J. (2015). Efectos del crecimiento urbano en una ciudad turística de montaña. San Carlos de Bariloche, Patagonia Argentina. *Investigaciones Turísticas*, 10, 202-230.
- Romano, S. A., Kataishi, R. E., y Durán, L. (2018). La promoción industrial en Argentina: entramado normativo para el caso de la ley 19.640. *Economía, sociedad y territorio*, 18(58), 947-976.
- Santos, M. (2000). La naturaleza del espacio: técnica y tiempo, razón y emoción (No. 711). Editorial Ariel.
- Valles Martínez, M. S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis Editorial, Madrid.

Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

ECOTURISMO COMUNITARIO: CRITERIOS, POTENCIALIDADES Y PERSPECTIVAS PARA OPTIMIZAR EL CO-MANEJO PARTICIPATIVO DEL PARQUE PROVINCIAL BAJO DE VÉLIZ

Leguizamón María Emilia, Perepelizin Pablo Victor.

Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis

INTRODUCCIÓN

Toda zona o área protegida es un atractivo turístico en potencia pero por sostenible que se pretenda la actividad, puede poner en riesgo el ambiente y generar importantes controversias en cuanto al uso de los recursos y su capital natural.

El Parque Provincial Bajo de Véliz se encuentra gestionado por la Secretaría de Medio Ambiente y Parques, en su plan de manejo ambiental (2014) se reconoce ciertas fuentes de presión como la caza furtiva, desmonte y el desarrollo turístico sin planificación, que ejercen impactos considerables sobre varios objetos de conservación, entre ellos la biodiversidad y el patrimonio cultural.

La actividad turística aún plantea un conflicto de intereses tanto con los sectores privados que aprovechan el sitio económicamente, el organismo que lo administra, como con la comunidad local que lo habita.

El actual paradigma de gestión tiende a orientarse hacia una estrategia de cogestión de las áreas y la mejora de su gobernanza, propiciando que los actores interesados y las comunidades locales participen en todo el proceso de toma de decisiones: el análisis de los problemas, la propuesta de acciones, la aplicación de las soluciones y la evaluación de sus resultados.

El ecoturismo bajo el control y gestión de las comunidades locales surge cada vez más como una opción que contribuye a dar una respuesta a los problemas existentes, y puede considerarse una herramienta fundamental para la conservación de la biodiversidad teniendo en cuenta la condición de área natural protegida (ANP). En adelante es posible que utilicemos como sinónimos la sigla ANP y Parque Provincial Bajo de Veliz.

Entonces, con relación a lo expuesto la pregunta que orienta el problema de la investigación es: ¿Podrían los lineamientos del ecoturismo comunitario aportar herramientas para incrementar la gobernanza de la comunidad local en vista de optimizar una co-gestión del Parque Provincial Bajo de Veliz en conjunto con el resto de los actores involucrados?

Con tal fin, se plantea como objetivo del trabajo, analizar desde las directrices y principios del ecoturismo comunitario los criterios y oportunidades de optimización del co-manejo participativo del Parque Provincial Bajo de Véliz.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El Parque Provincial Bajo de Veliz presenta características naturales y paleontológicas muy particulares, así como un proceso socio-territorial reciente de gran riqueza para el análisis de la práctica turística. Comenzó a ser de interés para el turismo, con perspectivas a incrementarse, en vistas de proporcionar experiencias ligadas a la naturaleza y la vida rural.

Influenciado por la ya consolidada actividad en Villa de Merlo y su posterior declaración como área protegida provincial, se vienen observando transformaciones y conflictos entre el estado, el sector privado y la población local con respecto a la tenencia y gestión de la tierra y los recursos (Perepelizin et al, 2021).

Las interacciones que se dan en el caso de estudio, entre el ámbito estatal, privado y comunitario propiamente dicho, y su contribución al desarrollo turístico local, son factibles de ser estudiadas a la luz de conceptos como: la *gobernanza*, como nuevo paradigma de gestión de las áreas protegidas basado en la UICN (Borrini-Feyerabend et al, 2014), la *planificación participativa y gestión asociada* según Poggiese (2011), que contiene en ella la participación ciudadana como modalidad para su construcción y la importancia del fortalecimiento de la democracia para la consolidación del paradigma de la gobernanza como práctica, y el concepto de *desarrollo local* según Casalis (2009) como una perspectiva integral del desarrollo que moviliza los recursos del territorio en torno de un proyecto común e incluye al conjunto de la población.

Permitiendo reflexionar sobre la participación local en las políticas públicas que conciernen al turismo y acerca de si el *ecoturismo comunitario*, tomando de base los principios y directrices de la WWF (Denman, 2001), es una opción adecuada para dar respuesta a los problemas existentes y una alternativa de sustentabilidad económica respetando el *patrimonio biocultural* (Toledo y Barrera, 2008), entendido como una posible herramienta en la gestión sostenible de los recursos naturales con miras de lograr un equilibrio entre el desarrollo y la conservación de las áreas naturales, las prácticas turísticas, así como la preservación de la cultura e identidad de los pueblos.

METODOLOGÍA

La metodología ha sido de tipo exploratoria, cualitativa y sincrónica. Para la recolección de datos, se ha considerado el análisis de datos secundarios por medio de leyes nacionales y provinciales, estudios ambientales y sociográficos de entidades públicas locales, e investigaciones sobre territorialidad y turismo de profesionales afines; y primarios a través de la observación no participante en el Parque Provincial Natural Bajo de Veliz por medio de cinco visitas realizadas durante los meses de Julio y Agosto del año 2022 con el fin de obtener un panorama completo de las necesidades y oportunidades del área, así como la mayor objetividad posible sobre el fenómeno estudiado .

En una segunda etapa, se han realizado entrevistas a actores claves para conocer la potencialidad turística del paraje, identificar los puntos fuertes, débiles, problemáticas, amenazas y oportunidades del territorio para el desarrollo del ecoturismo comunitario.

Se realizaron un total de 20 entrevistas, tres de las cuales fueron en grupo. La muestra elegida constó de cinco brigadistas, equipo de apoyo y asistencia en las ANP con buen conocimiento del territorio y a menudo integrado por personas de la comunidad local o de localidades cercanas, dos guardaparques, cinco habitantes del paraje, un comerciante, un representante de agencia de viaje, tres guías de turismo, un representante de la

Secretaría de Agricultura Familiar, Campesina e Indígena (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca) y cinco turistas.

Se propuso como herramienta de análisis la organización de los datos en categorías y subcategorías, según detalle:

1. Análisis del Plan de Manejo del Parque Provincial Bajo de Véliz
 - a. Contexto, antecedentes del origen del plan de manejo y estructura. Requerido para realizar un diagnóstico sobre la gestión del ANP y analizar su relación con las directrices para el Ecoturismo Comunitario.
 - b. Actores involucrados. De utilidad para identificar las características de los grupos interesados en la gestión del ANP y sus roles en la toma de decisiones.
2. Análisis de la relación con las directrices para el Ecoturismo Comunitario
 - a. Percepción sobre la actividad turística. Permite conocer el punto de vista de la comunidad acerca del turismo y las oportunidades de gobernanza y co-manejo del ANP.
 - b. Criterios y oportunidades para el Ecoturismo Comunitario. Posibilita vincular las directrices propuestas por la WWF con las potencialidades del área para el desarrollo del ecoturismo.

Finalmente, en base a las categorías de análisis se prosiguió con el propósito de otorgarles sentido a los datos, interpretarlos y explicarlos, teniendo como eje las directrices y principios del Ecoturismo comunitario establecidos por la WWF, detallados en Denman (2001).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados de las entrevistas están aún en proceso de ser analizadas en su totalidad, pero en base a la información obtenida hasta el momento se puede inferir que el Bajo de Véliz hoy reúne un conjunto variado de atractivos que incluye la belleza paisajística propiamente dicha, el pasado ancestral donde los morteros comechingones son la principal referencia, las costumbres de sus habitantes que puede atraer al público del turismo rural, el patrimonio paleontológico y florifaunístico.

Sin embargo, el turismo dentro del parque no está regulado, aun cuando el plan de manejo hace referencia a la falta de planificación turística como una presión que atenta contra los objetos de conservación, sigue sin una estrategia de desarrollo en la que se especifique la forma correcta de gestión tanto de los recursos naturales como de los visitantes y se dé lugar a la participación de la comunidad y demás grupos interesados en la toma de decisiones.

Por otro lado, las respuestas de las entrevistas dan cuenta de la unidad de la comunidad y el poder de organización que poseen ante situaciones adversas, en defensa de sus bienes comunes e intentos de desalojo ocurrido años anteriores con la creación del Parque Natural Provincial.

En una primera aproximación podemos concluir que esta práctica turística puede ser una forma sostenible de generar ingresos económicos para la comunidad del Bajo de Véliz, donde la misma tenga control y participe sustancialmente en su desarrollo y manejo, y pueda contribuir a la preservación del ambiente y la protección de la biodiversidad. Además, el ecoturismo comunitario en el Parque Provincial Bajo de Veliz podría ofrecer a los visitantes una experiencia auténtica, donde interactuar con la naturaleza y las culturas locales de manera responsable y respetuosa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Borrini-Feyerabend, G., N. Dudley, T. Jaeger, B. Lassen, N. Pathak Broome, A. Phillips y T. Sandwith. (2014). Gobernanza de áreas protegidas: de la comprensión a la acción. No. 20 de la Serie Directrices para buenas prácticas en áreas protegidas. Gland, Suiza: UICN.

Casalis A. (2009). ¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve? CEDEL: centro de estudios para el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina.

Denman R. (2001). Directrices para el desarrollo del turismo comunitario. World Wildlife Found International.

Perepelizin, Pablo, Melidone, Victor M., Baron, Elisabeth. (2021). La gallina de los huevos de oro. El avance del turismo en los parajes rurales del noreste de San Luis, Argentina. Merope. Vol. 3.

Poggiese, Héctor. (2011). Planificación participativa y gestión asociada (PPGA): metodologías. – 1ra. ed. – Buenos Aires: Espacio Editorial.

Toledo V. y Barrera-Bassols N. (2008). La memoria biocultural la importancia ecológica de las sabidurías tradicionales. Editorial Icaria: Barcelona, España.

Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

ANÁLISIS PRELIMINAR DE LOS VÍNCULOS ENTRE EL TURISMO, LA GEODIVERSIDAD Y LA BIODIVERSIDAD EN TANDILIA, COMO BASE PARA LA CREACIÓN DE UN GEOPARQUE DEL SISTEMA SERRANO

Arдохай Karina, Suarez Ana, Schneider Gonzalo, Ramos Aldo, Valenzuela Silvia.
Centro de Investigaciones y Estudios Ambientales, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo forma parte de un proyecto denominado “Análisis de factibilidad para el desarrollo de un geoparque en el sistema de Tandilia, Buenos Aires, Argentina”. En el marco del mismo, uno de los objetivos establecidos es analizar el vínculo entre la geodiversidad, la biodiversidad y las actividades turístico-recreativas. Esto es necesario ya que la creación de un geoparque implica conocer cuál es la oferta turística existente y qué relación tiene con la geodiversidad y la biodiversidad adaptada a la misma. De esta forma se abordará esta relación a partir de la identificación de prestadores de servicios turísticos que utilicen o se vinculen a la geodiversidad y a la biodiversidad como el recurso principal o como soporte de sus actividades.

MARCO TEÓRICO

El concepto de geodiversidad es definido por autores como Nieto (2001) como: “el número y variedad de estructuras (sedimentarias, tectónicas, geomorfológicas, hidrogeológicas y petrológicas) y de materiales geológicos (minerales, rocas, fósiles y suelos), que constituyen el sustrato de una región, sobre las que se asienta la actividad orgánica, incluida la antrópica”. La inclusión de la actividad humana de alguna forma indica la posibilidad de transformación de la geodiversidad a partir del uso y ocupación dado por el ser humano.

Este término surgió a finales de la década de 1990 aplicado a la gestión de espacios protegidos y como contrario o complementario al de biodiversidad, poniendo en evidencia la necesidad de un término que defina y abarque también los elementos abióticos del medio natural (Serrano Cañadas y Ruiz-Flaño, 2007).

Por su parte la biodiversidad puede ser definida, como expresan Encabo *et al* (2013:34) “como la variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, incluidos, entre otras cosas, los ecosistemas terrestres y marinos y otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte; comprende la diversidad dentro de cada especie, entre las especies y de los ecosistemas. La importancia de esta definición es que se contempla a la diversidad biológica en tres niveles: genética, de especies y de ecosistemas”. Esta definición multidimensional de la biodiversidad o diversidad biológica implica entender los impactos sobre la misma con estos mismos criterios.

El valor de la biodiversidad resulta indiscutido, destacándose su valor ecológico, científico, recreativo, estético y ético, los cuales conducen a vincular turismo y

biodiversidad, como una oportunidad para poder sino, revertir, al menos promover la mitigación de sus impactos. En cuanto a su valor *ecológico*, cada ecosistema tiene una funcionalidad y dinámica propia, y a su vez se relaciona con otros ecosistemas y sus organismos. A menor biodiversidad, disminuyen los procesos naturales de regeneración y los ecosistemas se simplifican y degradan hasta desaparecer. Favorecen también la polinización y producción de mieles. Desde su valor *científico*, se entiende así, porque la ciencia necesita la biodiversidad para mejorar los conocimientos que facilitan la vida, no solo de la población humana, sino de sus diferentes formas de vida. En lo referido a valor *recreativo y estético*: la biodiversidad es importante para el ocio y el tiempo libre, el turismo y la calidad de vida. *Ética*, porque nadie tiene derecho a eliminar otras especies o razas y tampoco a empobrecer la herencia que quedará a las futuras generaciones.

La amenaza más importante a la biodiversidad es la alteración y la pérdida de hábitats, ambas producidas por el crecimiento poblacional y las actividades humanas (deforestación, conversión en tierras agrícolas y de pastoreo, industrialización, urbanización, turismo, minería). Los patrones de uso de la tierra generan la fragmentación de hábitats. La reducción del hábitat, el aislamiento y el incremento del área de borde de los fragmentos resultantes de este proceso, tienen importantes consecuencias negativas sobre la riqueza de especies, la distribución, las actividades, el crecimiento y regulación de las poblaciones, las interacciones entre las especies y los procesos de un ecosistema (Fahrig, 2003, Wilson *et al.*, 2016). Las especies exóticas, introducidas por el hombre (voluntaria o involuntariamente), si se convierten en invasoras pueden alterar características ecológicas (Mack *et al.*, 2000).

Considerando lo expresado, la geodiversidad constituye la base sobre la que se asienta la biodiversidad o diversidad biológica existiendo una relación de adaptación de esta última a esas condiciones geomorfológicas. El deterioro o afectación de una de estas grandes dimensiones afecta directamente o indirectamente a la otra.

Por otro lado, existe un fuerte vínculo de la geodiversidad y la biodiversidad con el turismo. La primera en muchos casos es solo el soporte de algunas actividades, como es el caso del turismo aventura; pero cada vez más existe un interés por el conocimiento de la geodiversidad y tanto en el turismo convencional, a partir de prácticas de senderismo, como en modalidades relativamente nuevas como el geoturismo. Para el caso de la biodiversidad la situación era distinta ya que desde hace décadas es motivo de interés por parte del turismo, lo cual puede reflejarse claramente en las visitas a las áreas protegidas.

METODOLOGÍA

El sistema de Tandilia se localiza sobre el área administrativa de los siguientes partidos bonaerenses: Gral Pueyrredón, Balcarce, Lobería, Necochea, Benito Juárez, Tandil, Azul y Olavarría.

Para este proyecto, en una primera fase, se consideran los partidos de Balcarce, Tandil y Olavarría.

La investigación es de carácter exploratorio y busca identificar aquellos prestadores de servicios turísticos que estén vinculados a la geodiversidad y/o biodiversidad a partir del uso de las mismas como recurso. Para esto se recurrió a sitios web de turismo de los municipios mencionados y el Colegio Profesional de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. Esta primera fase de búsqueda de información será complementada con entrevistas y encuestas para profundizar en el análisis de los vínculos establecidos entre los prestadores de servicios y el patrimonio natural (geodiversidad y biodiversidad).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En la provincia de Buenos Aires, el Sistema de Tandilia interrumpe la vasta llanura pampeana constituyendo “islas” de biodiversidad donde tienen refugio especies de la flora y fauna nativa, y como tales han quedado inmersas en un espacio que es producto de la intensa modificación y manejo que ha hecho el hombre sobre los ecosistemas de la región, donde la actividad económica predominante es la agrícola-ganadera. Debido a su particular paisaje, son un atractivo para numerosos visitantes, dado que la distancia es accesible, desde los principales centros emisores, como Capital Federal y el conurbano bonaerense, lo que impulsó el desarrollo de la actividad turística, aumentando al mismo tiempo la presión sobre este sistema natural.

El diagnóstico inicial muestra en primer lugar que, de las tres localidades seleccionadas en esta fase, Tandil presenta el mayor número de prestadores de servicios vinculados al espacio serrano (geodiversidad y biodiversidad). En este caso en el Municipio de Tandil aparecen 20 prestadores vinculados a las prácticas de cuerda, 1 a cabalgatas, 11 a mountain bike y 24 a trekking serrano. Se debe considerar que los mismos prestadores de servicios brindan más de una actividad. Comparando con el registro de guías, técnicos y licenciados en turismo del Colegio Profesional de Turismo de la Provincia de Buenos Aires, en el mismo se encuentran 25 profesionales registrados para Tandil.

Para el caso del Partido de Balcarce se encontró el registro de una sola empresa que realiza actividades de parapente/aladelta, cabalgatas, trekking/ascensos y mountain bike.

Y para el Partido de Olavarría, considerando básicamente el sector serrano de Sierras Bayas, se registra una sola empresa que realiza trekking serrano.

En todos los casos a priori podemos decir que son actividades que en general utilizan el espacio natural como soporte o escenario.

Esta primera etapa de identificación de prestadores de servicios turísticos asociados a la geodiversidad y biodiversidad del sistema de Tandilia se complementará en una segunda fase con un análisis a partir de encuestas y entrevistas a los agentes de cómo se produce el vínculo con el patrimonio natural, lo cual puede permitir a futuro delinear estrategias de geoconservación y planificación de un turismo sustentable.

BIBLIOGRAFÍA

Encabo, M., Mastrocola, Y. y Vázquez, V. (2013) La Conservación de la Biodiversidad y los Servicios Turísticos. AUGMODUS. 5:33-46, Asociación de Universidades Grupo Montevideo.

Fahrig, L. (2003) Effects of fragmentation on biodiversity. *Annual Review of Ecology, Evolution and Systematics* 34: 487-515.

Kacoliris, F. P., I. Berkunsky, M. A. Velasco y Cortelezzi, A. (2013) Pastizales serranos del sistema de Tandilia. *Neotropical Grasslands Conservancy, Tandil*, 32 pp.

Mack, R. N., D. Simberloff, W. M. Lonsdale, H. Evans, M. Clout y Bazzaz, F. (2000). Invasiones biológicas: causas, epidemiología, consecuencias globales y control. *Tópicos en ecología* 5. 20 pp.

Nieto, L. M. (2001). Geodiversidad: propuesta de una definición integradora. *Boletín Geológico y Minero*, Vol. 112, Núm. 2, pp. 3-12.

Serrano Cañadas, E. y Ruiz Flaño, P. (2007) Geodiversidad: concepto, evaluación y aplicación territorial. El caso de Tiernes Caracena (Soria). Boletín de la A.G.E. N.º 45. pp. 79-98.

Wilson, M. C., X-Y. Chen, R.T. Corlett, R.K. Didham, P. Ding, R.D. Holt, G. Hu, A.C. Hughes, L. Jiang, W.F. Lawrence, J. Liu, S.L. Pimm, S.K. Robinson, S.E. Russo, X. Si, D.S. Wilcove, J. Wu, & M.Yu. (2016). Habitat fragmentation and biodiversity conservation: key findings and future challenges. *LandscapeEcology* 31: 219-227.

Mesa de Trabajo N°7: Estudios territoriales en zonas serranas de interés turístico con énfasis en el enfoque multidimensional

ANÁLISIS PRELIMINAR DE PRODUCTOS GEOTURISTICOS COMO ESTUDIO DE BASE PARA PROPONER UN GEOPARQUE EN TANDILIA

Ramos Aldo, Valenzuela Silvia, Campo Luisina, Schneider Gonzalo, Peyran Julia.
*Centro de Investigaciones y Estudios Ambientales. Facultad de Ciencias Humanas,
Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires*

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo forma parte de un proyecto denominado “Análisis de factibilidad para el desarrollo de un geoparque en el sistema de Tandilia, Buenos Aires, Argentina“, de la Convocatoria SPU-Incentivos 2022. En el marco del mismo uno de los objetivos establecidos es identificar productos de geoturismo existentes en el sistema de Tandilia, esto es fundamental ya que el desarrollo de un geoparque, además de su función de conservación de la geodiversidad, tiene como rol difundir este patrimonio natural y una de las formas a través del geoturismo. Por esta razón se hace necesario reconocer y conocer la oferta existente para a partir de ello poder proponer estrategias y líneas de acción tendientes a fomentar el geoturismo en el sistema serrano.

MARCO TEÓRICO

El geoturismo es definido por Ruchkys (en Manosso, 2012: 327) como aquel segmento “que tiene al patrimonio geológico como su principal atractivo y busca su protección por medio de la conservación de sus recursos y de la sensibilización del turismo utilizando para esto la interpretación de este patrimonio, tornándolo accesible al público además de promover su difusión y el desarrollo de las ciencias de la tierra”. Vale decir, es una modalidad turística que conjuga el uso del patrimonio natural (geológico-geomorfológico) pero enfatizando en su conservación y difusión a partir de estrategias especiales como es la interpretación del patrimonio, la cual permite acercar al público visitante el conocimiento científico de ese paisaje objeto del turismo.

Siguiendo esta línea de pensamiento, autores como Newsome y Dowling (2010: 66) expresan que “el geoturismo es otra forma de turismo de naturaleza, que se centra específicamente en la geología y el paisaje. Se promueve un turismo hacia los Lugares de Interés Geológico (LIGs) y la geoconservación, promoviendo el conocimiento de las Ciencias de la Tierra mediante su apreciación, disfrute y aprendizaje. Esto se consigue a través de visitas a los rasgos geológicos, el uso de geo-rutas, itinerarios y puntos de observación, visitas guiadas, actividades geológicas y la visita a los centros de interpretación de geología”. En este caso se incorporan denominaciones de potenciales productos turísticos asociados al patrimonio natural.

En definitiva, el geoturismo permite ofrecer experiencias en entornos naturales, pero también en espacios transformados en los que queden relictos. Estas experiencias pueden ir desde una tipología más “científica”, de conocimiento o educativas hasta otras relacionadas a la aventura.

Estas actividades pueden desarrollarse en cualquier sitio, que posea un cierto nivel de atraktividad, pero desde algunas décadas existe un instrumento de conservación creado por UNESCO en 2001 que permite planificar y organizar el geoturismo desde una perspectiva territorial y son los geoparques.

Un geoparque es un territorio que presenta un patrimonio geológico singular, tiene una estrategia de desarrollo propia, límites definidos y debe contar con una superficie que sea capaz de generar su propio desarrollo económico propiciando una buena calidad de vida para sus habitantes. En la actualidad existen 177 geoparques distribuidos en 46 países y a partir del año 2004 se formó la Red Mundial de Geoparques.

Es un área geográfica única y unificada en la que los sitios y paisajes geológicos deben ser gestionados con visión holística de protección, educación y desarrollo sostenible.

En un geoparque el patrimonio geológico y geomorfológico debe estar conectado a todo el patrimonio natural y cultural, permitiendo entre otras cosas la sensibilización y el conocimiento de los procesos que se están produciendo en el planeta (por ejemplo, el agotamiento de recursos, el cambio climático, etc.).

De esta forma podemos decir que, si bien el geoturismo puede desarrollarse en cualquier territorio, que tenga elementos potencialmente atractivos para el turista, la conformación de un geoparque se transforma en la base ideal para el desarrollo de esta modalidad ya que estarán dadas las condiciones de conservación y difusión.

METODOLOGÍA

El trabajo en esta primera fase de estudio presenta un carácter exploratorio ya que como explica Rojas Soriano, R.; (1980:33) este permite "recabar información para reconocer, ubicar y definir problemas, fundamentar hipótesis, recoger ideas o sugerencias que permitan afinar la metodología, depurar estrategias" y por otro, es descriptivo, ya que se intenta organizar una base de información con las propuestas de geoturismo existentes, implementadas territorialmente o que al menos hayan sido presentadas o expuestas en algún medio científico o del sector público.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La búsqueda realizada a partir de sitios de internet, produjo como resultado preliminar un reducido número de propuestas asociadas al geoturismo desde una perspectiva científica o asociada al sector público municipal, la primera de ellas implementada y las otras dos presentadas como propuestas posibles de desarrollar. No existe oferta desde los prestadores de servicios turísticos de la zona que sea denominada como geoturismo o geoturística.

La primera propuesta posible de considerar como geoturismo está localizada en el partido de Balcarce, allí encontramos un geocircuito que recorre un sector del área urbana y periurbana, el mismo cuenta con 7,5 Km de recorrido de dificultad baja. Presenta 6 geositios. El primero es el Cerro El Triunfo, el cual es una cantera con rocas de edad neoproterozoica. El segundo geositio es en el faldeo norte de la sierra La Barrosa, donde se observa la inconformidad estratigráfica determinada por el contacto entre el Complejo Buenos Aires y la Formación Balcarce. El tercer geositio es la sierra La Barrosa/La Mordida del Diablo, en el cual se encuentran ortocuarcitas y patrimonio paleontológico y finalmente el cuarto es el Mirador, permite observar las estructuras geomorfológicas y evaluar los diversos elementos del paisaje cultural balcarceño, incluyendo las sierras y las llanuras, con porciones antropizadas por el desarrollo económico y socio-cultural que derivan de las actividades agrícola-ganaderas de la zona. El cuarto geositio es La

Tosquera, el cual es una cantera de tosca abandonada que presenta limolitas y paleosuelos loésicos y finalmente el geosítio 6, representa el Antropoceno, y constituye un elemento cultural por ser testigo del impacto humano que tiene sobre el registro geológico. Se caracteriza por una amalgama de desechos principalmente de plástico y metal con sedimentos disponibles.

Este geocircuito se transformó por la ordenanza 174/19 de la Municipalidad de Balcarce en parque geológico urbano, asignando forma de mantenimiento y organización. Cabe aclarar que en la cartelería del lugar figura Geoparque Pun Antü, con la aparente intención de que este pueda integrar otras propuestas además del geocircuito mencionado.

La segunda mención, donde podemos rastrear el tema del geoturismo la podemos encontrar en un trabajo presentado en 2019 titulado “Faja milonítica El Cortijo: puesta en valor de su patrimonio geomínero y propuesta de un nuevo sitio de interés geológico en Tandil, Buenos Aires”, el mismo tiene como objetivo presentar un nuevo sitio de interés geológico en Tandil, que junto con los otros circuitos geoturísticos urbanos, represente el valor geológico de la región. Expresan los autores que entre las rocas ígneo-metamórficas del Complejo Buenos Aires se encuentran las que integran la Formación El Cortijo, que contrastan notoriamente con el resto por sus características mineralógicas, metamórficas y estructurales. Los autores consideran el sitio como accesible por la Ruta Nacional 226. También en esta misma línea tenemos el trabajo titulado “Geoturismo: una propuesta de turismo sustentable. Posibilidades de implementación en General Pueyrredón (Argentina)” en el cual la autora identifica un geosítio en la zona litoral de la ciudad de Mar del Plata, uno de los sectores costeros donde pueden apreciarse las estribaciones del Sistema de Tandilia, Ahí se encuentra Punta Iglesia, que abarca dos playas sedimentarias: La Perla y Popular-Bristol. La autora analiza para este geosítio dimensiones como el valor intrínseco del geosítio, la potencialidad de uso, la necesidad de protección, etc. concluyendo que es una opción para el desarrollo del geoturismo en la región.

Finalmente, también desde una perspectiva más científica que aplicada territorialmente tenemos la iniciativa generada en Sierras Bayas para la puesta en valor del patrimonio geológico y minero de la zona que ha generado la realización de dos encuentros, las primeras Jornadas argentinas de geoturismo en el año 2019 y las Segundas Jornadas Argentina de Geoturismo en el 2023. En las mismas también se discutió la posibilidad de crear un geoparque de la zona. La iniciativa es del Programa J.J. Nágera (IGEBA, Dpto. de Ciencias Geológicas UBA-CONICET) y de La Calera 1888, proyecto cultural de Sierras Bayas.

Como resultado de este primer análisis del geoturismo en el sistema de Tandilia, es posible decir que sólo encontramos una propuesta vinculada al geoturismo que fue diseñada y llevada a cabo, hace un par de años, a esto es posible sumar algunos aportes académicos que reconocen sitios con valor para el desarrollo del geoturismo, pero en los cuales falta la iniciativa del sector público y/o privado para transformar las propuestas en productos comercializables.

BIBLIOGRAFÍA

Carcavilla, L.; Belmonte, A.; Durán, J.; Hilario, A. (2011) Geoturismo: concepto y perspectivas en España. Enseñanza de las Ciencias de la Tierra, 19.1: 81-94.

CSIGA (Ed). (2008) Sitios de Interés Geológico de la República Argentina. Los geólogos nos cuentan. Instituto de Geología y Recursos Minerales, Servicio Geológico Minero Argentino, Anales 46, Tomos 1 y 2. 907.p Buenos Aires, Argentina.

Dalla Salda, L., L. Spalletti, D. Poiré, R. De Barrio, H. Echeveste y A. Benialgo. (2006) Tandilia. INSUGEO, Serie Correlación Geológica, 21: 17-46. Tucumán.

Del Rio, J; Martinez, G; Halpern, K; Bocanegra, E; Bernasconi, V. y M. Camino (2017) Desarrollo de un geocircuito educativo, recreativo y deportivo en la ciudad de Balcarce: puesta en valor de la geodiversidad local. En Actas del XX Congreso Geológico Argentino, San Miguel de Tucumán, p. 12-16.

Hose, T. (2006). Geotourism and Interpretation. En R. Dowling & D. Newsome (eds.), Geotourism, Sustainability, Impacts and Opportunities. Elsevier, Oxford, Reino Unido: 221-241.

Hose, T. A. (1997) Geotourism – Selling the earth to Europe. In Marinos, K. e Stournaras, T. (Eds) Engineering geology and the Environment. Balkema, Rotterdam pp. 2955-2960.

Lajoinie, M; Coriale, N; Lanfranchini, M; Caballé, M; Cingolani, C; Benítez, M; Salvioli, M; Ballivián J; Blanco, G. y Uriz, N. J. (2019) Faja milonítica El Cortijo: puesta en valor de su patrimonio geomínero y propuesta de un nuevo sitio de interés geológico en Tandil, Buenos Aires. En V Simposio Latinoamericano y del Caribe sobre Geoparques, Uruguay, p. 49-50.

Manosso, F. C. (2012) Potencial del geoturismo y la geodiversidad en la Serra do Cadeado, Paraná, Brasil. Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 21, pp. 322 – 338. Martínez Fernández, M. (2013). Invitación al Geoturismo. Reflexiones sobre geodiversidad y potencial geoturismo en la Patagonia Argentina. En Boletín Geográfico, Año XXXIV, N° 35, 61-78.

Millán Escriche, M. (2011) La función didáctica del geoturismo. Propuestas para la Región de Murcia. Revista de Investigaciones Turísticas Gran Tour, Universidad de Murcia, nº 4, España: 62-93.

Newsome, D. y Dowling, R.K. eds. (2010). Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape. Goodfellow Publishers, Oxford.

Padilla, N. (2021) Geoturismo: una propuesta de turismo sustentable. Posibilidades de implementación en General Pueyrredon (Argentina). En Salinas Chávez, Eduardo y Moretti, Edvaldo Cesar, (Eds.), Apropriação e mercantilização da natureza na produção de territórios turísticos. Porto Alegre: Totalbooks. ISBN 978-65-88393-16-1

Schwarz, S. (2013) Propuesta de circuito geoturístico en el sector Sur de Tierra del Fuego. Actas del I Simposio Argentino de Patrimonio Geológico, Geoparques y Geoturismo, San Martín de los Andes: 55-56.

Voth, A. (2008) Los geoparques y el geoturismo: nuevos conceptos de valorización de recursos patrimoniales y desarrollo regional. XI Coloquio Ibérico de Geografía. Alcalá de Henares.

MESA DE TRABAJO 8

Historia del turismo:
prácticas y
políticas públicas.
Siglos XIX y XX

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Mesa de Trabajo N°8: Historia del turismo: prácticas y políticas públicas. Siglos XIX y XX

VACACIONES PARA LOS GRÁFICOS, EL TURISMO SOCIAL EN PERSPECTIVA SINDICAL: EL CASO DE LA UNIÓN GRÁFICA BONAERENSE (1945-1955)

Cortés Ricardo, Sanchez Triana.

Universidad Nacional de San Martín

INTRODUCCIÓN

Entre las múltiples reivindicaciones planteadas por las organizaciones sindicales desde sus orígenes en Argentina, la cuestión del derecho al descanso y al ocio de los trabajadores apareció tardíamente durante los primeros años del siglo XX (Scarzanella, 1998). Para ese entonces, los trabajadores se habían convertido en habituales consumidores de productos culturales como el teatro y el cine o de espectáculos deportivos como el boxeo y el fútbol. De manera simultánea, los bailes de carnaval y los festivales folklóricos sintetizaron las preferencias populares del ocio obrero mientras los picnics en parques, plazas y espacios verdes condensaron la importancia del merecido descanso semanal proletario (Colombo 2022). Apenas unos años más tarde comenzaron a desarrollarse las primeras experiencias de turismo social nacidas de las iniciativas de los poderes públicos que permitieron una lenta pero irreversible democratización del tiempo libre, que terminaría por incluiría al turismo (Pastoriza, 2011).

La distribución progresiva del ingreso en favor de los asalariados y los avances de la legislación en materia laboral -como la Ley de Vacaciones Pagas y la de Aguinaldo- sancionadas a partir de 1946 por el gobierno peronista profundizó esta tendencia a partir de la puesta en práctica de una serie de políticas públicas que comprendieron una amplia gama de planes vacacionales y excursiones que contaron con el rápido apoyo de las organizaciones sindicales, dejando una marca indeleble en el desarrollo del Turismo Social en Argentina (Torre y Pastoriza, 2002).

El presente trabajo se propone analizar el contexto en el que surgió la práctica del turismo social en una organización sindical específica como es el caso de la Federación Gráfica Bonaerense durante los primeros gobiernos peronistas (1945-1955). Desde el punto de vista metodológico, se aborda una perspectiva de carácter analítico-descriptivo ya que forma parte de una investigación de mayor alcance que profundiza el estudio sobre la participación de las organizaciones sindicales en la consolidación del turismo social entre el primero y el tercer gobierno de Juan Domingo Perón (1945-1974). En este caso utilizaremos como fuente principal *El Obrero Gráfico*, órgano de prensa oficial de la entidad sindical, así como diferentes documentos oficiales de la época.

MARCO TEÓRICO: LA ORGANIZACIÓN DE LOS OBREROS TIPOGRÁFICOS A TRAVÉS DEL TIEMPO

El sector gráfico se encuentra entre los actores fundacionales del movimiento obrero argentino cuya historia se remonta a 1857 momento en que se creó la Sociedad Tipográfica Bonaerense, una de las primeras estructuras asociativas del país y referencia ineludible en el mundo del trabajo (Marota, 1969; Panetieri, 1982; Suriano, J 1988;

Godio, 2000). Desde sus orígenes, el gremio conformó una suerte de "aristocracia obrera" integrada por trabajadores con una importante calificación laboral, altos salarios y un significativo nivel cultural, en sintonía con los requisitos técnicos necesarios para el trabajo (Lobato 2007). Durante los primeros años del siglo XX, en un período de fuerte conflictividad social, el sector estuvo representado por cuatro entidades diferentes: la Unión Gráfica, de orientación socialista, la Federación de Artes Gráficas, de orientación anarquista, y dos organizaciones que agrupaban a trabajadores de origen francés y alemán respectivamente (Ceruso, 2016, Contreras 2022). Luego de participar en la importante huelga general de 1906, las cuatro entidades se fusionaron en la Federación Gráfica Bonaerense (en adelante FGB) concentrando la lucha por la obtención de convenios colectivos de trabajo y la formación de comisiones paritarias. La presencia de anarquistas, socialistas, sindicalistas y comunistas no impidió su convivencia al interior de la FGB, lo cual, sumado a la variedad de oficios que representaba (composición, impresión, fotografía y fotograbado, litografía y encuadernación) le permitió adoptar una estructura descentralizada, diseñada para integrar a los diferentes sindicatos que la conformaban. Desde ese momento, la vida institucional del gremio comenzó a ser reflejada en las páginas de *El Obrero Gráfico*, periódico de aparición mensual que circuló con una importante tirada entre sus afiliados.

Sindicalistas y socialistas se alternaron en la conducción durante las décadas de 1910 y 1920, época en la que el gremio creció en afiliados y participó activamente en los conflictos obreros que estallaron durante los gobiernos conservadores y radicales del período. Para 1914 la cantidad de establecimientos gráficos en la Ciudad de Buenos Aires superaba los 500, y sus trabajadores los 7500 con sus diferentes oficios (Ghigliani, 1998). A comienzos de los años treinta la FGB tuvo un papel destacado en la creación de la Confederación General del Trabajo (CGT), priorizando los procesos de unidad del movimiento obrero por sobre las disputas internas (Ceruso, 2016).

La llegada de Juan Domingo Perón al gobierno en 1946 supuso un cambio importante para el gremio producto de la expansión en el consumo de publicaciones. Diarios, revistas, folletos, libros y publicaciones oficiales multiplicaron su aparición y tirada impactando de manera directa en el número de establecimientos y, por ende, de trabajadores sindicalizados. También hubo cambios en la composición social de los trabajadores entre los que ahora se destacaban una mayor cantidad jóvenes provenientes del interior del país, así como un importante aumento en la participación de las mujeres en diversas actividades asalariadas. En el lapso de apenas tres años la cantidad de afiliados de la FGB pasó de 7.000 en 1944 a 31.157 en 1947 (Ghigliani, 1998).

Los cambios políticos impactaron de lleno en la vida de la FGB y en 1947 la dirección del gremio dejó de estar en manos de los socialistas para pasar a manos de una lista de origen Laborista (peronista). La nueva conducción incorporó diferentes aspectos de la liturgia peronista a la cotidianeidad de las actividades sindicales como la convocatoria a las movilizaciones del 17 de octubre y del 1° de mayo, el apoyo a las iniciativas de la Fundación Eva Perón, la defensa de los derechos sociales llegando incluso a designar al 7 de mayo, en homenaje al nacimiento de Eva Perón, como el "día del trabajador gráfico". Todas estas iniciativas se difundieron activamente del periódico sindical. Las cuestiones vinculadas al ocio y al turismo no fueron la excepción en esta etapa y rápidamente se vieron plasmadas en diferentes notas de *El Obrero Gráfico*.

RESULTADOS: OCIO Y TURISMO EN LAS PÁGINAS DE EL OBRERO GRÁFICO

La prensa escrita desempeña un papel fundamental en el intento por recuperar aquellos hechos o procesos que ocurrieron en el pasado, cumpliendo una función destacada como crónica de sucesos. Desde las primeras décadas del siglo XX los periódicos fueron los principales medios de comunicación de masas de la sociedad argentina ya que, a través de sus páginas, informaban a la ciudadanía acerca de los eventos más importantes del país y del mundo (Sayta, 1998).

El Obrero gráfico permite estudiar no solo las trayectorias de las diferentes conducciones de la FGB sino, principalmente, la lucha y las preocupaciones que atravesaron los trabajadores gráficos durante casi todo el siglo XX. La política interna del gremio, así como los grandes conflictos de orden nacional e internacional dominaron sus páginas como temas excluyentes durante todo el período estudiado, sumando a partir de 1945 cuestiones relativas al nuevo clima social y cultural del país. Pequeñas notas dedicadas a actividades vinculadas al ocio se filtraron en las últimas páginas del número 339 anunciando el “*Gran Festival artístico y danzante*” del 7 en julio de 1945 que invitaba a la “familia gráfica” a concurrir y divertirse³⁷. En septiembre del mismo año, el ocio de los trabajadores -predica cada vez más presente en el discurso público- se destacaba en dos pequeñas apariciones: “*El personal de la casa Peuser de fiesta*” y “*La gran matiné danzante*”³⁸ a celebrarse el 23 de septiembre. En este caso, el descanso y la recreación obrera abandonaban las últimas páginas para instalarse en las primeras páginas, adquiriendo una visibilidad impensada apenas unos meses atrás. Por otro lado, la nota relativa a la fiesta de los trabajadores de Peuser aparecía acompañada por una imagen que muestra en primer plano a un importante número de trabajadoras y trabajadores disfrutando del ocio que ahora comenzaba a esgrimirse como un derecho que compensaba la responsabilidad laboral.

En diciembre de 1945 dos cuestiones acapararon toda la atención de la vida del gremio: la firma del nuevo Convenio colectivo con importantes mejoras en las condiciones de trabajo y aumentos salariales del 35% y, en una perspectiva novedosa, la presentación y aprobación en asamblea general del proyecto de la colonia de vacaciones para los trabajadores gráficos. En grandes letras y en una nota a página entera El Obrero Grafico tituló “*Debemos construir una gran colonia de vacaciones*”³⁹ El proyecto tendiente a adquirir un terreno destinado a su construcción partió de los propios afiliados que lo discutieron y aprobaron en la asamblea, defendiendo la necesidad de que los trabajadores gráficos tuviesen, a partir de entonces, dos casas: una destinada a la lucha (el gremio) y otra destinada al descanso (la colonia de vacaciones). Este tipo de propuesta se enmarcaba en la tendencia iniciada en los años treinta y consolidada en los cuarenta cuando diferentes sindicatos iniciaron proyectos similares tanto en localidades de la costa atlántica como en las sierras de Córdoba (Shenkel, 2017 y Pastoriza, 2002). Las cuestiones relativas al ocio y el descanso se instalaron a partir de entonces de manera permanente en la agenda de las diferentes conducciones de la FGB, sin importar su pertenencia ideológica.

En 1947, el triunfo de la Agrupación Gráfica Peronista desplazó de la conducción a la de Unidad Gráfica, de extracción socialista. Desde entonces el alineamiento de la nueva Comisión directiva con el gobierno del General Perón se hizo explícito a través de las páginas del diario tanto en lo concerniente a las iniciativas políticas y económicas como

³⁷ El Obrero gráfico (N° 339, 15 de junio de 1945, p 11)

³⁸ El Obrero Gráfico (N° 340, septiembre de 1945, p 2-4)

³⁹ El Obrero Gráfico (N° 345, diciembre de 1945, p 3)

a las obras y acciones de provenientes Fundación Eva Perón. A comienzos de 1948 ese apoyo se materializó en “...la vinculación establecida por la Comisión General Administrativa de la Unión Gráfica Bonaerense con la Dirección de turismo y parques de la Provincia de Buenos Aires”⁴⁰. El convenio la permitía a los afiliados de la FGB sumarse al programa de Turismo social de la provincia. Desde entonces, bajo el título “Vacaciones para los gráficos”, todos los años se publicitaron a página completa las tarifas y los cupos para poder viajar a los diferentes destinos que incluía el programa como Mar del Plata, Necochea, Tandil, Miramar, Sierra de la Ventana, Carhué o el Delta, entre otros. En un recuadro, en el centro de la página 4 del n° 366 podía leerse una pequeña nota bajo el título “El turismo social, una realidad en la provincia de Buenos Aires”:

También al turismo ha impreso su módulo revolucionario el gobierno de la provincia, transformando dicha actividad de un privilegio accesible a ciertas minorías privilegiadas, en una actividad al alcance de grandes masas humanas. Con la reciente promulgación de la ley de creación de la Dirección de Turismo y Parques se ha plantado un jalón más en el derrotero de la justicia social: el derecho al turismo”⁴¹

Un año más tarde, además del programa de turismo social de la provincia, los trabajadores gráficos pudieron acceder a la recientemente inaugurada Colonia de vacaciones ubicada en la provincia de Córdoba, la cual fuera bautizada con un nombre tan sencillo como contundente: Evita. La noticia se acompañó desde las páginas de El obrero Gráfico con una enorme ilustración del rostro de la primera dama y con 2 fotografías del paisaje cordobés. Para entonces, la identidad del gremio con las políticas del bienestar impulsadas por el gobierno era inocultable.

La creciente demanda de los trabajadores y sus familias pronto saturaron los cupos que el ente turístico provincial le reservaba al sindicato en sus diferentes destinos, lo que obligó a la Comisión General Administrativa a crear en octubre de 1950 una subcomisión de turismo social dependiente de la Comisión de Asistencia y Previsión que permitiera administrar los pedidos tres meses antes del inicio de la temporada⁴². Cada octubre el periódico publicaba la cantidad de vacantes por destino, los valores correspondientes a cada uno y las fechas de inscripción para los afiliados. A lo largo de cada temporada, acompañando las fotos de afiliados en diferentes paisajes veraniegos, se destinaba una nota a resaltar la obra del gobernador de la Provincia de Buenos Aires Domingo Mercante en materia de turismo social.

CONCLUSIONES

En este sentido la lectura del diario nos permite analizar la estrategia del gremio para desarrollar acciones tendientes a implementar las políticas de ocio y descanso que el propio Perón había enunciado prácticamente desde su llegada a la Secretaría de Trabajo y Previsión y comenzaba a instalar cómo política pública una vez electo presidente.

Las iniciativas relativas a la implementación de políticas de ocio y turismo al interior de la FGB provinieron de sus bases primero a través de sus asambleas impulsando la creación de una colonia de vacaciones primero y de la capacidad que tuvo la nueva conducción de orientación Laborista (peronista) de sumarse a poco de asumir en 1947 al

⁴⁰ El Obrero Gráfico, N°366, (agosto de 1948, p 3)

⁴¹ El Obrero Gráfico, N° 366 (agosto de 1948, p 4)

⁴² El Obrero Gráfico (N° 386, octubre de 1950, p 5)

programa de turismo social desarrollado por la Provincia de Buenos Aires. No obstante, la concepción del descanso como derecho y la práctica del veraneo se convirtió en una política continuada en el tiempo por la FGB aún después de 1955.

Tal como ocurriera en el caso de las organizaciones sindicales más poderosas de la época como la Unión Obrera Metalúrgica, el sindicato de Luz y Fuerza, La Fraternidad o la Unión Ferroviaria, la FGB puso sus estructuras institucionales, sus instrumentos de comunicación y su capacidad de movilización al servicio de los programas de Turismo social oficiales, tanto a nivel provincial como nacional movilizando los engranajes fundamentales que permitieron hacerlos realidad.

BIBLIOGRAFÍA

Ballent, A. (1999) "Mar del Plata: croquis en la arena", en *La Argentina en el siglo XX*, Ariel-Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.

Ceruso, D (2016) Los trabajadores gráficos entre 1916 y 1943: estructura sindical, influencia de la izquierda y organización en el lugar de trabajo, *Avances del Cesor*, V. XIII, N° 14, Primer semestre 2016, pp. 43-61.

Colombo, E. (2021). La era del "Lobo": cultura obrera en Buenos Aires en tiempos de Vandor (1958 - 1969). (Trabajo Final de Posgrado. Universidad de Buenos Aires.) Recuperado de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-2139_ColomboEH.pdf

Contreras, G (2007). Los trabajadores gráficos, la prensa y la política durante el peronismo. Buenos Aires: Prohistoria,. en Da Orden, L; Melón Pirro, J.C. *Prensa y peronismo. Discursos, prácticas, empresas, 1943-1958* Editorial Prohistoria, Rosario, 2007, Págs. 71-95

Del Campo, H (2005) *Sindicalismo y peronismo. Los comienzos de un vínculo perdurable*, Siglo Veintiuno Editores, Buenos Aires.

Falcón, Ricardo y Monserrat, Alejandra (2000) «Estado, empresas, trabajadores y sindicatos», en Falcón, Ricardo (dir.), *Nueva Historia Argentina*, Buenos Aires, Sudamericana, Tomo VI «Democracia, conflicto social y renovación de ideas».

Ghigliani, Pablo (1998) La Federación Gráfica Bonaerense y la irrupción del peronismo. *Cuadernos del CISH*, 3 (4): 77-118. Disponible en: https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.2713/pr.2713.pdf

Godio, J (2000). *Historia del movimiento obrero argentino 1878-2000*, Buenos Aires, Corregidor.

Lobato, N (2007). *Historia de las trabajadoras en la Argentina (1869-1960)*, Buenos Aires, Edhasa.

Marotta, Sebastián (1960). *El movimiento sindical argentino - Su génesis y desarrollo - 2 Tomos- 1857-1920*. Buenos Aires: Lacio.

Panettieri, J (1982) *Los trabajadores*. CEAL, Buenos Aires.

Pastoriza, E. (Ed.). (2002) *Las puertas al mar: consumo, ocio y política en Mar del Plata, Montevideo y Viña del Mar*. Buenos Aires: Biblos.

Pastoriza, E. (2008). Estado, gremios y hoteles. *Mar del Plata y el peronismo. Estudios Sociales*, 34, 1-39.

Pastoriza, E (2011). *La conquista de las vacaciones*. Buenos Aires, Edhasa.

Sáitta, S (1998) *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década del '20*, Buenos Aires, Sudamericana.

Scarzanella, E. (1998). El ocio peronista: vacaciones y 'turismo popular' en Argentina (1943-1955). *Entrepassados. Revista de Historia*, 7 (14), 65-84.

Torre, J. C (comp.) (1988), *La formación del sindicalismo peronista*, Buenos Aires, Legasa.

Schenkel, E. (2017). *Política turística y turismo social. Una perspectiva latinoamericana*. Buenos Aires: CLACSO - CICCUS.

Suriano, J (1988) *Trabajadores, anarquismo y estado represor, de la Ley de Residencia a la Ley de Defensa Social, 1902-1910*. CEAL, Buenos Aires.

Torre, J. C. y Pastoriza, E. (2002). “La democratización del bienestar”. En Torre, J. C (Dir.), *Nueva Historia Argentina. Los años peronistas (1943-1955)*, pp. 257-312. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

FUENTES PRIMARIAS:

El Obrero Gráfico n° 339 – 416 (1945 a 1955), Archivo digital Federación Gráfica Bonaerense, <https://fgb.org.ar/el-obrero-grafico/>

Segundo Plan Quinquenal, Subsecretaría de informaciones, Presidencia de la Nación, Buenos Aires, 1953.

Mesa de Trabajo N°8: Historia del turismo: prácticas y políticas públicas. Siglos XIX y XX

SOBRE EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO TURÍSTICO DEL GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (1946 – 1952): EL ESTUDIO DE LA CREACIÓN DE LA DIRECCIÓN DE TURISMO Y PARQUES

Santovito Stefania.

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

Con el paso de los años el turismo ha ocupado distintos lugares en la agenda social y política de la Argentina, involucrando todo un proceso de cambios en la forma de entenderlo, fomentarlo y practicarlo. Así fue como la escena turística argentina dejó atrás la idea del viaje y el tiempo de ocio como patrimonios exclusivos de la aristocracia del siglo XIX, para pasar a incluir a todas las clases sociales a partir del siglo XX.

Dicha inclusión se desarrolla con la llegada de Juan D. Perón al poder, que trae consigo el impulso y desenvolvimiento del Turismo Social tanto en su primera como en su segunda presidencia entre los años 1946 y 1955 (Primer Peronismo). Siguiendo esta línea, hasta 1952, el entonces gobernador de la Provincia de Buenos Aires, Domingo A. Mercante, acompañó este interés en el turismo y ello se vio reflejado en las medidas legislativas que llevó adelante para la provincia.

El presente resumen se enmarca en una investigación de mayor extensión, correspondiente al plan de trabajo propio de mi beca y tesis doctoral, que pretende indagar sobre la incorporación de las clases medias al disfrute del turismo en la provincia de Buenos Aires bajo la gobernación de Manuel A. Fresco y Domingo A. Mercante. En esta oportunidad, solo se consideró al último de los gobiernos mencionados con la intención de incursionar en el análisis de la Dirección de Turismo y Parques, entendiéndola como elemento fundamental para la comprensión del planeamiento estratégico turístico del Estado provincial entre 1946 y 1952.

Así, el objetivo de esta investigación es realizar un aporte al conocimiento sobre la historia turística argentina, poniendo el eje en el estudio de la creación y devenir histórico de la Dirección de Parques y Turismo entre 1946 y 1952, recordando que la planificación estratégica es una herramienta clave para la toma de decisiones de las organizaciones públicas.

MARCO TEÓRICO

La propuesta de este trabajo requiere de la revisión previa de ciertos conceptos y cuestiones teóricas alrededor de lo que se concibe y se entenderá por turismo, turismo hebdomadario y planeamiento estratégico, además de indagar en la gestión del gobernador Domingo A. Mercante. Reconocer y vincular estos temas permitirá entender

que, desde sus inicios (aunque bajo otra denominación), la Dirección de Turismo y Parques incluyó todas las directrices propias de una planificación estratégica.

A lo largo del presente, se entenderá al Turismo en los términos en los que lo hace la Organización Mundial del Turismo (OMT) que indica que “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (Sancho, 1998, p. 46). Al respecto, Hiernaux (2002) brinda un ensayo de definición que funciona como complemento de la anterior, conceptualizando al turismo como un proceso societario originado en Occidente en el Siglo XIX que alcanzó la masividad un siglo después y partió de una redefinición de los tiempos sociales, donde las poblaciones desarrolladas adquirieron la oportunidad de emprender viajes y realizar actividades recreativas.

En lo respectivo al Turismo Hebdomadario, tal y como se ha mencionado en otras oportunidades (Santovito, 2020), es necesario aclarar que no es exclusivamente argentino, ni mucho menos actual, ya que la historia turística internacional ubica a los viajes asociados al fin de semana de la clase obrera en Inglaterra como su punto de partida. El turismo hebdomadario y popular pudo haber sido incorporado por los inmigrantes, permitiendo presumir que en la Argentina de finales del siglo XIX e inicios del siglo XX no se trataba de una práctica extraña. Así, se tiene presente la llegada del disfrute del turismo a todas las clases sociales de la mano de Juan Domingo Perón y, sobre todo, del gobernador de la provincia de Buenos Aires Domingo A. Mercante, como punto de partida para su comprensión. Es de la intención del gobierno de encauzar el tiempo libre semanal hacia los viajes breves, las excursiones, la asistencia a ciertos eventos y la modalidad de visita, que parte la concepción de turismo hebdomadario: un turismo de base popular, que privilegia las excursiones o viajes breves a destinos y espacios turísticos provinciales y que garantiza la accesibilidad a ellos en todos los sentidos posibles mediante la inclusión de días feriados, hospedaje económico de comodidades mínimas y básicas, la construcción de caminos cortos entre distintas localidades y sus balnearios más cercanos y la búsqueda de atractivos en prácticamente todos los puntos de la provincia. En resumen, se trata de un turismo breve, que requiere viajes rápidos y cortos, hospedaje módico e, incluso, atractivos simples de observar y disfrutar: una fiesta, una excursión, una visita.

Por otro lado, se concebirá a la Planificación Estratégica como:

Una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. Consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos. Desde esta perspectiva, la Planificación Estratégica es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones públicas. (Armijo, 2009, p. 5)

En cuanto a la gestión de Mercante en la provincia es importante resaltar las dos características básicas que lo definen como gobernador: la primera, es la compañía de colaboradores provenientes de distintos partidos e ideologías, consolidando una relación de colaboración con la oposición (Panella, 2013). La segunda, de mayor relevancia para el presente, es su carácter planificador. Si bien existió un antecedente de Estado interventor o planificador con el Gobierno de Valentín Vergara (1926-1930), la

gobernación de Mercante hizo de la planificación la base de su gestión, sobre todo, en lo respectivo a la obra pública a través de planes anuales o de más de un año (Molteni & Galcerán, 2013). En ese sentido, son pertinentes las palabras de Di Virgilio et al (2011, como se cita en Walter & Pando, 2014) que destacan, respecto del planeamiento estratégico, la importancia de llevar las intervenciones y acciones públicas de manera articulada a planes de ordenamiento y estructuración territorial.

METODOLOGÍA

Para alcanzar el objetivo planteado se llevó adelante una investigación de tipo documental, procediendo al análisis de la legislación emanada durante la Gobernación de Domingo A. Mercante tomada de los Registros Oficiales de la Provincia de Buenos Aires, incluyendo tanto su primer (1946 - 1950) como su segunda gobernación (1950 - 1952). Para ello se realizó un relevamiento de leyes, decretos y resoluciones detallados en los mencionados Registros, que tuviesen implicación directa o indirecta con el turismo en la provincia de Buenos Aires en general, y con la Dirección de Turismo y Parques en particular. Como se trata de archivos dispersos, los Registros Oficiales fueron ubicados y consultados en el Archivo Histórico Provincial "Ricardo Levene", la Biblioteca de la Suprema Corte de Justicia de Buenos Aires y la Biblioteca de la Legislatura de la Provincia de Buenos Aires. Paralelamente, se realizó una contrastación bibliográfica para complementar y contrastar la legislación analizada.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La gobernación de Mercante se inicia el 16 de mayo de 1946 y habiendo transitado tan solo dos meses de mandato, comienza a manifestarse su postura respecto de la relevancia que pretendía para el turismo provincial. Para él, tal y como es observable en el Decreto de la Provincia de Buenos Aires (D.P.B.A.) n° 3243/46 donde se crea la llamada "Sección Turismo", se debía fomentar y encauzar las actividades turísticas de toda la provincia. El motivo subyacente, aclara, es que éstas actividades habían cobrado un gran desarrollo y relevancia que venía acompañado de ciertos problemas que requerían solución. Sin embargo, el inciso 35 de la Ley de Presupuesto para el año 1947 -sancionada el 2 de febrero de 1946- crea la Dirección de Turismo y Parques. En ese entonces, Mercante aún no había asumido como Gobernador de la Provincia por lo que el decreto de creación de la Sección Turismo queda obsoleto a partir de allí.

Tiempo después, según el D.P.B.A. n° 24187/47 del 9 de abril de 1947, se detallan las funciones, actividades y fines de la Dirección de Turismo y Parques que incluían y priorizaban fomentar y encauzar el turismo por la fuente de recursos que significaba su explotación y a su vez, por la importancia del turismo social y cultural. En cuanto su rasgo cultural, se destacaba la consecuente función educativa, ya que se consideraba que ésta era la forma de poner al alcance del pueblo las "bellezas naturales" (por lo que no es de sorprender que sea de su incumbencia la administración y supervisión de los Parques provinciales o reservas recreativas) de la provincia y sus lugares históricos para afianzar el amor al suelo y el respeto a la tradición. Sus fines trataban la conservación y protección de zonas declaradas de turismo, la celebración de convenios, la creación y reglamentación de lugares de descanso, el impulso del turismo social y la protección del turista. Sus funciones, por otro lado, radicaban en hacer cumplir las leyes y reglamentos relacionados, organizar la propaganda y publicidad (siempre en concordancia con la de la Nación),

establecer oficinas turísticas, reglamentar el funcionamiento de agencias de turismo, tarifas y créditos turísticos, organizar exposiciones, fomentar campamentos y colonias gremiales, gestionar con las empresas de transporte la prestación de servicios adecuados para facilitar el acceso a las zonas de turismo, etc.

Los motivos de creación de la Dirección de Turismo y Parques dejan en claro el objetivo detrás del planeamiento estratégico turístico del Gobierno bonaerense: encauzar el turismo provincial. Las razones detrás de dicho objetivo incluyen la fuente de recursos implicados por el sector, la importancia del Turismo Social y la capacidad del turismo para afianzar el amor patrio y el respeto por la tradición. Asimismo, existía cierta claridad en cómo llevarlo a la práctica, destacándose la Sección “Tiempo Libre” como organizadora del tiempo de ocio y la particularidad del tiempo libre hebdomadario. Tal y como se ha planteado en otras oportunidades, una cuestión que se presenta como importante a nivel provincial es la predilección por establecer feriados, asuetos y actos conmemorativos, respondiendo a la impronta propia del peronismo de generar un “clima festivo”; situación que se vería mayoritariamente en los años 1948, 1949 y 1950 (Santovito, 2020), con una evidente inclinación hacia un turismo breve y con viajes de corta distancia; se trata de un turismo en Buenos Aires, para los bonaerenses. Por último, es interesante comentar que mediante el D.P.B.A. n° 26672/48, se vuelve visible el uso del turismo como herramienta para el impulso a nivel laboral, ya que la Dirección de Turismo y Parques solicitó premios que serían instituidos en el concurso organizado entre los obreros de los establecimientos fabriles ubicados en la provincia, a fin de estimular el cumplimiento del lema del Gobierno de la Nación: “producir, producir, producir...” y así acercar a un núcleo de trabajadores a los lugares considerados turísticos.

BIBLIOGRAFÍA

Armijo, M. (2009) *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Área de Políticas presupuestarias y Gestión Pública. CEPAL

Molteni, J. C. & Galcerán V. (2013). Gobernación Mercante (1946-1952) Aproximación a su obra pública. En C. Panella. (Comp.), *La República de los Niños. Un aporte bonaerense a la Nueva Argentina*. La Plata, Argentina: Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires. (pp.29-63)

Panella, C. (2013). Domingo A. Mercante. Perfil y gestión gubernativa del primer mandatario peronista de la Provincia de Buenos Aires. En C. Panella. (Comp.), *La República de los Niños. Un aporte bonaerense a la Nueva Argentina*. La Plata, Argentina: Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires. (pp.13-27)

Santovito, S. (2020). *La preeminencia del turismo hebdomadario en la gestión turística de Domingo A. Mercante*. Aportes y Transferencias, 18(2), 11-25. ISSN 0329-2045

Walter, J. y Pando, D. (2014). *Planificación estratégica: nuevos desafíos y enfoques en el ámbito público*. Buenos Aires: Sociedad Argentina de Análisis Político – AAP.

FUENTES HISTÓRICAS

Decreto N° 3246, 1946, La Sección Turismo pasa a depender del Departamento de Caza y Pesca, Registro Oficial de la Provincia de Buenos Aires (En adelante ROBA) 1946. Vol. III (Jul- Sept)

Decreto N° 24187, 1947, REGLAMENTANDO LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE TURISMO Y PARQUES, ROBA 1947. Vol. II (Abr-Jun), 108 – 113

Decreto N° 26672, 1948, Autorización al Ministerio de Hacienda, Economía y Previsión a asignar premios entre obreros fabriles de la provincia, ROBA 1948. Vol. IV (Oct- Dic) 1° parte, 603 – 604

Mesa de Trabajo N°8: Historia del turismo: prácticas y políticas públicas. Siglos XIX y XX

LAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA UN “TURISMO DE SOL Y CEMENTO”. LA URBANIZACIÓN DE LAS PLAYAS DE PUNTA MOGOTES (MAR DEL PLATA) EN LOS AÑOS SETENTA

Castellucci Daniela.

Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata

INTRODUCCIÓN

Desde fines del siglo XIX, la difusión de las prácticas de ocio en el litoral atlántico bonaerense hizo de Mar del Plata⁴³ uno de los principales centros balnearios de Argentina (Pastoriza, 2011). La incipiente estación marítima pronto se transformó en ciudad turística en la que prevaleció el turismo de sol y playa. Modalidad que persistirá durante todo el siglo XX. Su configuración como tal, fue consecuencia del accionar de los actores públicos y privados que vieron en ese espacio costero la posibilidad de impulsar proyectos de diferente tipo (Pastoriza, 2016). Así, desde sus inicios, la franja costera fue objeto de atención y de disputa entre diversos intereses económicos y políticos que intentaron apropiarse de sus beneficios. Posteriormente, asomarían los intereses sociales de una creciente comunidad barrial en la zona sur de la ciudad (Cicalese, 2001).

En la esfera pública, los conflictos entre la Provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de General Pueyrredon por el dominio y usufructo de las playas aparecen tempranamente y van a persistir hasta la actualidad. Entre medio, las políticas públicas implementadas sobre esta zona costera le otorgarán un perfil urbano acorde al desarrollo edilicio que iba adquiriendo el centro balneario. Una incipiente “política de cemento” en la playa se vislumbra en la década de 1930 con la construcción de los complejos Casino - Hotel Provincial y Playa Grande, a partir de la ley 4739/39 de “Urbanización de playas y riberas de la Provincia”, impulsada por el gobernador Fresco. Con un turismo masivo en constante expansión, a partir de los años sesenta van a emerger otros proyectos de urbanización en las playas de Punta Mogotes, ubicadas en el sur de la ciudad. La obra arquitectónica del último gobierno militar (1976-1983) allí construida, considerada en su momento como “faraónica”, representó la imposición de un artefacto de cemento de inusitadas dimensiones en un espacio natural de apreciable valor paisajístico y ambiental.

En la presente ponencia se hará foco precisamente en el Complejo de Balnearios de Punta Mogotes, entendiéndolo como caso paradigmático que permite, por un lado, observar y analizar el entramado de conflictos en torno al dominio, uso y goce de la playa entre los actores sociales y políticos, en los años setenta. Y, por el otro, analizar la línea de actuación del Estado municipal frente a los conflictos previos y durante el proceso de construcción del complejo balneario, como así también sus diversas implicancias. Desde una perspectiva de análisis sociopolítico, se entiende que, en dicha línea de actuación, o

⁴³ Mar del Plata es la ciudad cabecera del Partido de General Pueyrredon, ubicada en el sudeste de la Provincia de Buenos Aires, Argentina.

política pública, el Estado puede asumir diversas funciones tales como: de estímulo de la actividad turística, de promoción del destino, de planificación del sector, de garantía, y de coordinación entre actores e intereses que entran en conflicto (Velasco González, 2005). A partir de la identificación y análisis de las políticas turísticas formuladas, las funciones desempeñadas y los instrumentos de política aplicados por el Estado, se puede comprender su papel político en el periodo analizado (Zapata Campos, 2003).

El trabajo se inscribe en la perspectiva historiográfica de la historia social de la política. Para la consecución del objetivo de la investigación se ha empleado una mirada metodológica interpretativista a través de una triangulación de estrategias cualitativas de recolección y análisis de datos. Por un lado, se ha realizado análisis de contenido y análisis documental de un corpus integrado por fuentes escritas, editas e inéditas, tales como: decretos y ordenanzas contenidos en el Boletín Municipal del Partido de General Pueyrredon; decretos y leyes contenidos en el Boletín Oficial de la Provincia de Buenos Aires; documentos y sitios web oficiales; informes de la Secretaría de Turismo del municipio; notas periodísticas publicadas en la prensa local (*El Atlántico* y *La Capital* de Mar del Plata) y nacional (*Clarín*). Y, por otro lado, se han realizado entrevistas orales a exfuncionarios públicos del municipio y a vecinos barriales.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El Complejo de Balnearios de Punta Mogotes fue la cristalización de un proceso que se inició en la década de 1960 cuando se presentaron los primeros proyectos para urbanizar la playa y posteriormente se modificara la legislación que así lo autorizó. El creciente congestionamiento de las playas del área céntrica de Mar del Plata había generado la necesidad de desarrollar un equipamiento balneario en las playas del sur, acorde a los requerimientos del usuario de aquel momento. Esto implicaba no solo espacio en el área de la playa en sí, sino también espacio para el estacionamiento del automóvil. Así, en los años sesenta y setenta esta franja costera se convirtió en un espacio de controversias entre los gobiernos provinciales y municipales, los grupos de interés privados y los vecinos de la zona en la búsqueda de encontrar un uso que permitiera conciliar el acceso a las playas públicas y disfrute del paisaje con el negocio privado, el cual implicaba una restricción en el acceso a espacios costeros de ubicación privilegiada.

A partir del análisis respecto del accionar estatal se pudo observar que, en el proceso de transformación de las playas de Punta Mogotes, el municipio, en forma conjunta con la provincia, habría asumido principalmente la función de estímulo de la actividad turística al proveer la infraestructura, equipamiento e instalaciones públicas necesarias para las prácticas de consumo turístico – recreativas en dicho espacio. Esta función se llevó a cabo mediante la creación de una Sociedad del Estado junto a la Provincia de Buenos Aires, la ejecución de proyectos de inversión en obra pública y la aplicación de instrumentos financieros.

En suma, el complejo balneario de Punta Mogotes ofició como catalizador de un proceso complejo en donde se conjugaron múltiples acciones con incidencia en lo espacial, político, económico y social. En primer lugar, fue un proyecto concebido para la recreación masiva que (supuestamente) permitió “poner en valor” un espacio costero subocupado impulsado por la acción conjunta entre el estado provincial y municipal mediante la creación de un ente interjurisdiccional y para cuya implementación fue necesaria la participación del sector privado. A la vez, el desarrollo de la urbanización turística tendría un fin propagandístico para las administraciones militares que

contribuiría a mejorar su imagen. Además, las prácticas del turismo de sol y playa y de la urbanidad, que facilitaba el complejo balneario, se inscribían en una lógica de consumo que posibilitó la mercantilización de las playas mediante el negocio que el Estado otorgó a determinados capitales privados a través de las concesiones. Y, por último, como consecuencia de esta mercantilización se generó un proceso de exclusión en el uso y disfrute de las playas públicas por parte de los residentes y de los turistas, ante el cual el Estado no dio ningún tipo de respuesta.

Con el retorno de la democracia, en diciembre de 1983, Punta Mogotes fue uno de los temas centrales en la agenda del municipio a resolver con el gobierno provincial. Para la administración comunal entrante el complejo turístico representaba una pesada carga heredada de los gobiernos militares, tanto desde el punto de vista económico como legal. La pretendida obra “faraónica” del gobierno militar, lejos de constituirse en el gran complejo balneario “de jerarquía” para albergar a la masa creciente de turistas, terminó siendo una depreciada estructura de cemento y expresión material de la gestión que la llevó a cabo. Por lo demás, se trató de un proyecto arquitectónico emblemático que representó la máxima expresión de un “turismo de sol y cemento” que en las décadas siguientes se extendería a otras playas del Partido de General Pueyrredon con la construcción de nuevos complejos balnearios.

BIBLIOGRAFÍA

- Cicalese, G. (2001). Vecinos verdes, playas privadas y burócratas. La construcción urbana del litoral sur en la ciudad de Mar del Plata, 1930-1995. En F. Cacopardo (ed.), *¿Qué hacer con la extensión? Mar del Plata, Ciudad y Territorio Siglos XIX-XX* (pp. 159-183). Alianza.
- Cicalese, G. (2002). La crisis del turismo masivo en la ciudad de Mar del Plata, 1976-1987. En M. Bartolucci (editora), *Mar del Plata. Imágenes urbanas, vida cotidiana y sociedad* (pp. 111-136). UNMDP.
- Erviti, C. (2013). El Complejo de Balneario Punta Mogotes. La “arquitectura de sistemas” como estrategia proyectual para el ordenamiento de los espacios públicos ribereños. *Investigación + Acción*, 16(15), 63-80. <https://revistasfaud.mdp.edu.ar/ia/article/view/15-04>
- Hernández, F. (2018, 17 al 19 de octubre). “Entre el Estado, la playa y la pared”: tramas y conflictos de la “política de cemento” en los complejos balnearios de Punta Mogotes y La Perla, Mar del Plata [ponencia]. *I Jornadas Platenses de Geografía*, La Plata, Argentina. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.11278/ev.11278.pdf
- Pastoriza, E. (2016, 19 al 21 de julio). Paradojas del Balneario popular, Controversias en torno a lo público y lo privado en los usos turísticos. Mar del Plata, siglo XX [ponencia]. *IV Congreso Latinoamericano de Historia Económica*, San Pablo, Brasil.
- Pastoriza, E. (2011). *La conquista de las vacaciones. Breve historia del turismo en la Argentina*. Edhasa.
- Velasco González, M. (2005). ¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004). *Política y Sociedad*, 42(1), 169-195. https://www.researchgate.net/publication/27589729_Existencia_la_politica_turistica_La_accion_publica_en_materia_de_turismo_en_Espana_1951-2004
- Zapata Campos, M. J. (2003). Los agentes turísticos: una aproximación desde la sociología y la ciencia política. En A. Rubio Gil (Ed.), *Sociología del Turismo* (pp. 213-247). Ariel.

Mesa de Trabajo N°8: Historia del turismo: prácticas y políticas públicas. Siglos XIX y XX

LAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS Y SU CONSTITUCIÓN HISTÓRICA. EL FLANEUR, EL LUGAR Y LA MEMORIA

Mallo Josefina, Hernández Analía Luján.

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

Palabras clave: Historia del turismo, Historia de las Emociones, Flânerie, Prácticas turísticas, siglo XX

INTRODUCCIÓN

El turismo es un campo de estudios cruzado por una gran cantidad de disciplinas que se focalizan en su actualidad. Sin embargo, y como historiadoras, nos propusimos pensar las prácticas turísticas en su devenir histórico, y los cambios y continuidades que pueden experimentarse en ellas. Formándonos como investigadoras en historia de las emociones y los sentidos, y con trabajos de doctorado que se desarrollan en el siglo XIX, centramos la presente propuesta en delinear algunas modalidades de flânerie en el paso del siglo XIX al XX, analizarlas como práctica encarnadas y contrastarlas con algunas discusiones sobre el derecho a la ciudad, en línea con las preguntas que se se hace Featherstone(1998), indagando si esta práctica ha sido históricamente situada o continúa en la actualidad.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La *flânerie* nos ha llegado a través de la literatura como práctica. Estos textos están organizados en tono a un sujeto deambulante que se percibe a si mismo en su percibir del entorno. O, como dice Viñas en sus descripciones del viaje de fines del siglo XIX.

¿Cuál es el núcleo de esa actitud contemplativa que crece paulatinamente impregnando y definiendo los viajes finiseculares? Un quietismo desdeñoso de la historia como índice de cambio, de suciedad y de perturbacion y que para reemplazarla va poniendo de su parte – a lo largo de reiteradas apelaciones – a la eternidad como clima y región de lo inmutable (...) Penetramos pues en la extensa y aterciopelada comarca de la vida interior. (Viñas, 1982, p. 35)

En línea con la pregunta de Featherstone (1998) y Han (2021) el presente trabajo pone en cuestión las relaciones entre la experiencia estética de los espacios públicos y las posibilidades de estos mismos espacios para sus ciudadanos. Y en esta relación pensar de que hablamos (y que experimentamos) cuando hablamos de espacios públicos en el pasado, utilizando la categoría tal como la entiende Gorelik (2008).

Se discutirán también actualizaciones del concepto de *flânerie* y su contraparte, *choraster* (González, 2012; B. Wearing & Wearing, 1996; S. Wearing et al., 2019; Yilmaz, 2020) como conceptualizaciones que no terminan de captar las connotaciones emocionales de la práctica históricamente situadas.

Nuestro acercamiento está enmarcado en los conceptos de prácticas encarnadas de Monique Scheer (2012) que dota a la historia de una nueva encarnadura: extender los confines de la materialidad al cuerpo mismo de los sujetos analizados. Estos nuevos recorridos -originalmente deudores de la historia de las mentalidades, de la cultural o la institucional- se presentan en la actualidad como campo fértil para la historia social desplegando nuevas lecturas en torno a una de sus problemáticas centrales, como es la construcción y consolidación de grupos sociales, sus regímenes internos y la posibilidad de interacción entre los mismos. Las dificultades inherentes a las fuentes que fueron planteadas en los trabajos pioneros han permitido desplegar recursos metodológicos que permiten integrar al análisis elementos de la cultura material, las dimensiones intelectuales y el sistema de creencias a partir, a priori, de documentos textuales de diversa índole (manuales, publicaciones periódicas, literatura, correspondencia pero también expedientes judiciales, legislación y publicaciones de índole académica), iconografía y análisis espacial.

METODOLOGÍA

El presente trabajo es cualitativo, descriptivo y exploratorio. Los datos a partir de los que se contrastará la teoría serán literatura, conformada por una muestra aleatoria de autores argentinos que registran su *flânerie* o sus viajes en el paso del siglo XIX al siglo XX.

La literatura será abordada por medio del análisis de discurso, rescatando a partir del mismo las emergencias de emociones en la práctica del *flâneur*, su rescate de la ciudad como un organismo. Se utilizarán Nacer en La Plata de Narciso Pousa (1990), y poemas de Baldomero Fernandez Moreno de Las iniciales del misal (1915) y Ciudad (1917).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir de los datos recabados postulamos la necesidad de re-pensar prácticas como la *flânerie* no solamente en cuanto método de investigación-acción (Venegas & Pérez, 2022), sino también en tanto experiencia de movilidad que constituye, junto con el chora, la experiencia turística en sí misma (González, 2012; B. Wearing & Wearing, 1996; S. Wearing et al., 2019; Yılmaz, 2020). La conceptualización de la *flânerie* es una construcción históricamente situada en la conformación de ciudades industriales y sus entornos, en el redescubrimiento de los espacios conocidos, en su posterior construcción en discursos (poemas, escritos, imágenes) que alimenten a quienes los recorren en la construcción de su identidad, de su yo interior.

Esta reactualización del espacio que tiene quien lo recorre. En este sentido, es interesante recordar el poema de la figura del *flâneur*, más allá de sus implicancias teóricas, desdibuja el profundo conocimiento Callejuela, de Fernandez Moreno, uno de los que conforman su poemario Ciudad...

Callejuela

(Rauch)

Callejuela apartada,
humilde callejuela
que ofreces a mi espíritu cansado
de tanta calle recta,

el sencillo misterio de tu curva...

Gracias, hermana callejuela.

El análisis de los datos recogidos nos permiten pensar que la apropiación de estos espacios están impregnadas de cotidianidad. La experiencia del viaje antes de la incorporación de grandes grupos era, si bien no exclusivamente, de larga duración o a lugares visitados con asiduidad. La experiencia de la *flânerie* en el paso del siglo XIX al XX permite el desapego justamente porque el recorrido puede repetirse en una serie infinita de variaciones que serán dadas por los cambios en el entorno (el clima, los otros participantes de la escena, el momento del día) pero también en los cambios de humor del paseante mismo. En este sentido es interesante analizar como Pousa ve el cambio en la ciudad

Al cabo de los lustros, después de casi un a centuria, cubrieron la calle con betún de judea. Porque es más adecuado para la vida actual. El ajetreo del automóvil. ¿Por qué estar disconforme? Es absurdo pensar en lo que ha sido superado por el progreso.

Sin embargo, el día que los iban a cubrir con el asfalto, me senté en el cordón de la vereda, y acariciando las viejas piedras pulidas, casi lustrosas por el uso, las consolé, pues ya no iban a recibir la luz por mucho tiempo

En ese espacio público entonces el paseante educado y sensible se veía necesariamente excluido de ciertos rituales y sociabilidades. En este sentido, es nuestra principal conclusión que estas prácticas son necesariamente anteriores a las configuraciones socio-histórico-urbanísticas de conceptos como espacio público (Gorelik, 2008) y por lo tanto es necesario repensar el uso de esta categoría

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Featherstone, M. (1998). The flâneur, the city and virtual public life. *Urban studies*, 35(5-6), 909-925.
- Fernández Moreno, B. (1915). *Las iniciales del misal*. s.n.
- Fernández Moreno, B. (1917). *Ciudad ...* Sociedad Cooperativa Editorial limitada.
- González, F. E. (2012). El turista: De flâneur a choraster. *Fluor: magazine on contemporary culture*, 3, 30-34.
- Gorelik, A. (2008). El romance del espacio público. *Alteridades*, 18(36), 33-45.
- Han, B.-C. (2021). *No cosas. Quiebres del mundo de Hoy*. Taurus.
- Pousa, N. (1990). *Nacer en La Plata*. Almenara
- Scheer, M. (2012). Are emotions a kind of practice (and is that what makes them have a history)? A Bourdieuan approach to understanding emotion. *History and theory*, 51(2), 193-220.
- Venegas, G. J. Q., & Pérez, A. M. P. C. (2022). La creación del branding turístico y de la sinécdoque turística de Zacatlán a partir de la descampesinización local y el comercio de los productos de manzana. *Ayana. Revista de Investigación en Turismo*, 2(2), 020-020. <https://doi.org/10.24215/27186717e020>
- Viñas, D. (1982). *La mirada a Europa: Del viaje colonial al viaje estético*. Centro Editor de América Latina. <http://www.biblioteca.org.ar/libros/155371.pdf>
- Wearing, B., & Wearing, S. (1996). Refocussing the tourist experience: The flâneur and the choraster. *Leisure studies*, 15(4), 229-243.
- Wearing, S., Schweinsberg, S., & Johnson, P. (2019). Flâneur or choraster: A review of the travel narrator in the formation of the tourist experience. *Tourism Analysis*, 24(4), 551-562.
- Yılmaz, L. (2020). The Tourist Typology in Cultural Tourism in Turkey: Flâneur and Choraster. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos-ABET*, 10(1, 2 e 3).

Mesa de Trabajo N°8: Historia del turismo: prácticas y políticas públicas. Siglos XIX y XX

TURISMO Y VIALIDAD. EL CASO DE TUCUMÁN (1932-1943)

Rodríguez Buscia Carlos Martín.

CIDeTur, Escuela de Economía y Negocio, CONICET, Universidad Nacional de San Martín

RESUMEN

Con el triunfo de la automovilidad (Giucci, 2012) durante la primera mitad del siglo XX, se consideró que sin caminos no existía posibilidad para el desarrollo de la movilidad turística y el conocimiento de los diferentes atractivos del país. Particularmente en el norte del país, el automóvil fue concebido como el medio por antonomasia para practicar un turismo libre y sin ataduras. Efectivamente, la diferencia sustancial entre el turismo en ferrocarril y el realizado en vehículos automotores particulares fue que el primero establecía de antemano una serie de estaciones obligatorias y fijas que condicionaban la estadía, el desplazamiento y el acceso a un universo reducido y limitado de atractivos. En cambio, el automóvil fue presentado como la posibilidad del conocimiento libre por las diferentes posibilidades que ofrecían las vistas canónicas de los paisajes, la formación de circuitos turísticos, los hitos patrimoniales, patrióticos, naturales y tradicionales. La revista *Automovilismo*, órgano oficial del ACA distinguió con claridad la diferencia del turismo realizado en el norte del país, ya sea que se realizara con ferrocarril o automóvil, y volcó su preferencia por este último.

“La excursiones por ferrocarril (...) no son, precisamente, las más indicadas para hacer turismo propiamente dicho; son excursiones regimentadas y a horarios fijos, sin esa libertad de recorrer, estar o descansar cómodamente y que no permite al turista observar con detenimiento, y por ende, tener mejor impresión de todo aquello que está a su alrededor. El turismo en automóvil debe ser individual y en automóvil, ya que este sistema permite al viajero establecer por sí mismo los itinerarios a seguir (...) y disponiendo del tiempo que se le ocurra en esas visitas”⁴⁴

Esta percepción hegemónica contribuyó a apuntalar y complementar la decisión política de la construcción de una red de carreteras nacionales cuya principal motivación fue de índole productiva y económica. Para ello se alumbró en 1932 la Dirección Nacional de Vialidad [DNV] con el objeto de diseñar y erigir una malla de carreteras que contribuyera a reducir los costos de fletes de la producción y movilizara una ingente mano de obra para morigerar los efectos de la crisis de la década del treinta. El resultado de ello a nivel provincial fue la creación de delegaciones que se plegaron a dicha política por medio de un plan de carreteras que sería financiado por la ayuda federal y por recursos propios. De esta manera, el objeto central de este capítulo apunta a analizar el papel de la DNV y la dirección provincial de vialidad en la producción de los espacios turísticos en Tucumán entre 1932 y 1943. Los estudios históricos sobre la cuestión vial son relativamente pocos

⁴⁴ *Automovilismo* (3/1937), “Turismo a las provincias del Norte”, N°208, s/P.

y se caracterizan por la fragmentariedad. Abordan especialmente la primera mitad del siglo XX y se centran en el estudio del espacio nacional, destacando el rol de la Dirección Nacional de Vialidad (Gruschetsky, 2019; Ballent, 2005), la formación de elencos de técnicos (Ballent, 2008) y la circulación de saberes (Gruschetsky, 2012). Asimismo, otras investigaciones hacen alusión a los vínculos entre el Estado y la sociedad civil (Piglia, 2019) y entre estas dimensiones, el automóvil y la formación del turismo nacional (Piglia, 2018; Pastoriza y Piglia, 2012; Scarzanella, 1998; Ospital, 2005). Otras investigaciones se centraron en una dimensión más económica enfocando la evolución de los medios de transportes viales y ferroviarios (Gómez y Tchordonkian, 2014). Junto con ello y en menor medida distintas publicaciones se preocuparon por rescatar el nivel provincial, especialmente para los casos de Buenos Aires (Salomón, 2017; Fernández, 2016; Piglia, 2011), la Ciudad de Buenos Aires (Gruschetsky, 2021; Gruschetsky y Pintus, 2021) y Mendoza (Luis, 2021; Raffa y Luis, 2020), y también el municipal (Salomón, 2020). Así pues, estas páginas comparten la preocupación junto con estos trabajos por rescatar la escala provincial. Esto es así porque se advierte que los alcances de la DNV no fueron idénticos en todas las partes del país y su capacidad para llevar a cabo las distintas funciones que le eran inherentes, tenían límites y diversos obstáculos. En efecto, tal como lo señalan los nuevos estudios sobre el Estado este no tenía un poder omnímodo. Por el contrario, distintos resquicios y márgenes de la sociedad escapaban a su control y las diversas formas que diseñaba y ejecutaba para lograrlo resultaban en muchos casos ineficientes (Bohoslavsky y Godoy Orellana, 2010). Así pues, la hipótesis que guía este trabajo es que ante los impedimentos o restricciones que tuvo la DNV⁴⁵ para materializar redes viales dirigidas a los distintos espacios turísticos de Tucumán, se produciría un fenómeno de relevo o de complementariedad por parte de la agencia de vialidad provincial.⁴⁶ Esto da cuenta no de un “Estado en singular”, sino de “Estados en plural” (Di Liscia y Soprano, 2017, p.39). La importancia de recuperar las políticas viales de las agencias subnacionales especializadas se adapta mejor a lo específico de cada caso. Dicho de otra forma, detectar los rasgos peculiares del tándem vialidad- turismo en Tucumán y de Salta no es sinónimo de identificar las distancias respecto de la norma metropolitana, sino identificar las múltiples maneras en que lo estatal se expresó en la geografía argentina (Bohoslavsky, 2016, p.11). Asimismo, se comparte la exigencia de producir una historia nacional más compleja y “desporteñizada” en donde la reducción de la escala no signifique buscar el “reflejo pasivo” de un modelo arquetípico (Ortiz Bergia, 2014, p. 91). Esta aclaración cobra significancia en la medida que se analizarán las políticas viales con fines turísticos entre 1930 y 1943 de un espacio subnacional que fue trabajado muy escasamente por la historiografía. Un abordaje de estas características permite dilucidar el grado de intervención de la dependencia provincial en la definición de la red vial, auscultar sus alcances y límites e identificar los puntos de contactos con la obra de la DNV.

Desde otro punto de vista, para las élites dirigentes tucumanas el turismo representaba la promesa del progreso y crecimiento económico en un contexto de relativa marginación nacional. Por ende, al componente productivo como objeto central de la obra vial nacional

⁴⁵ La voluntad explícita por realizar dichas carreteras asumía la característica de renunciamento/abandono y/o dilación en el tiempo.

⁴⁶ Es preciso aclarar que se excluye al nivel municipal debido a que la construcción de la mayoría de las carreteras de turismo escapaba ampliamente a sus capacidades. Situadas en contextos de montaña, su concreción implicaba la erogación de sumas de las arcas públicas, el reclutamiento de técnicos y el funcionamiento de agencias especializadas que pudieran llevar a cabo y monitorear el estudio, la licitación, construcción y mantenimiento de los caminos.

se le sumaba, la importancia estratégica del despegue turístico como anhelo de prosperidad material. De ese modo, junto con la concepción del turismo como “industria”, cobraba relevancia el interés nacional sobre la índole de atractivos de características similares. Así, ambos distritos ofrecían un abanico de objetos y edificios que ayudaban a reforzar la nacionalidad argentina. Por ejemplo, si se viajaba a Tucumán se podía visitar la casa histórica entendida como cuna de la independencia. Asimismo, el impulso patrimonial de principios de la década de 1940, ligado a esa impronta nacionalista, estableció un acervo de edificios, capillas e iglesias que por sus características arquitectónicas, estéticas e históricas habilitaron la posibilidad de ser admiradas y visitadas. Además, y, por otra parte, la prensa nacional, local y el flujo de postales de la época ayudaron a asociar al norte a determinadas imágenes y paisajes donde la montaña se convirtió en la más frecuentada (Silvestri, 1999). Según la opinión pública de la época, desandar los valles calchaquíes o las sierras de San Javier podían convertirse en sitios donde cualquier automovilista podía llegar si se creaba para ello una red vial acorde. Así pues, planteado problemáticamente interesa saber si la dependencia vial de Tucumán se vinculó de alguna forma con la DNV. En caso de que esto haya sido así, de qué características fueron las relaciones establecidas (complementación-subordinación-solapamiento-exclusión). Asimismo, ¿qué redes viales proyectaron?, ¿qué carreteras efectivamente construyeron?, ¿hacia qué sitios turísticos?, ¿qué dificultades técnicas tuvieron?, ¿cómo las resolvieron?, ¿tuvieron fondos necesarios para materializar sus obras?, ¿cuáles fueron sus límites en tanto agencias estatales? Así pues, se resulta crucial poner el énfasis en el rol de la Dirección Provincial de Vialidad de Tucumán [DPVT] como organismo clave en el proceso de construcción vial que permitió conectar con las Sierras de San Javier y los Valles Calchaquíes, principales centros turísticos de la provincia.

Para aproximarse al estudio de estas problemáticas se emplearon distintas fuentes documentales. Entre ellas prensa nacional y local y especialmente documentos de Estado como ser *Memorias* de la DNV, *Memorias* de la DPVT, censos y anuarios estadísticos, diarios de sesiones parlamentarias provinciales, boletines oficiales nacionales y provinciales, entre otros.

En un sucinto y apretado marco de conclusiones pueden señalarse los siguientes aspectos. A pesar de que Tucumán fue la provincia que mayores recursos de coparticipación obtuvo de todo el norte del país,⁴⁷ es dable señalar que el destino de dichos fondos no fue empleado en la realización de las principales carreteras de turismo de la provincia. En efecto, la inversión en las sierras de San Javier y la carretera que unificó San Miguel de Tucumán con los Valles Calchaquíes fue sostenida por las arcas provinciales. Es decir, las obras más onerosas y las de mayor dificultad técnica fueron abordadas por la DPVT. Este unilateralismo resulta más evidente si se considera que hacia 1933 la DNV había estudiado y proyectado la RN69 que uniría la capital tucumana con la RN40, atravesando por su paso Tafí y Amaicha del Valle. Sin embargo, hacia 1936 el organismo nacional abandonó los planes de construcción al considerarla una onerosa inversión para los reducidos fondos con los que contaba, anunciando vagamente una “ejecución de trabajos para más adelante”.⁴⁸ No obstante, la aparente dilación se transformó en efectivo abandono cuando desde 1937 y en los años venideros la RN69 estuvo ausente de cualquier planificación por parte de la DNV. En suma, la DPVT ocupó un rol destacado en el proceso de turistificación tucumana supliendo a la DNV en aquellos espacios donde sus capacidades no llegaban. Al mismo tiempo y paradójicamente, la acción de la dirección

⁴⁷ Ministerio de Obras Públicas (1943). *Memoria Dirección Nacional de Vialidad*.

⁴⁸ Ministerio de Obras Públicas (1935). *Memoria Dirección Nacional de Vialidad*. p.515.

provincial se coordinaba con la nacional en la medida la red vial de montaña se enlazaba con los trazados nacionales, especialmente con la RN9 y la RN38 de funciones principalmente económica y productiva.

La obra carretera de la DPVT permitió la organización turística a través de la creación de villas de veraneo destinadas a sectores altos y medios acomodados y favoreció la movilidad turística. El “circuito chico” de San Javier en Tucumán constituyó un baluarte de las prácticas turísticas locales y expresiones de ocio de fines de semana, ocasionalmente pobladas por turistas nacionales que arribaban durante la temporada invernal.

BIBLIOGRAFÍA

Ballent, A. (2005). Kilómetro cero: la construcción del universo simbólico del camino en la Argentina de los años treinta. *Boletín del Instituto de Historia Argentina y Americana Dr. Emilio Ravignani*, (27), 107-136.

Ballent, A. (2008). Ingeniería y Estado: la red nacional de caminos y las obras públicas en la Argentina, 1930-1943. *História, Ciências, Saúde-Manguinhos*, 15, 827-847.

Bohoslavsky, E. L. (2016). ¿Hay una nueva historiografía del Estado argentino? En Raffa, C., Rodríguez Vázquez, F., *Profesionalizando un Estado Provincial. Mendoza, 1890-1955*. UNCu: Mendoza.

Bohoslavsky, E., & Orellana, M. G. (2010). *Construcción estatal, orden oligárquico y respuestas sociales: Argentina y Chile, 1840-1930* (pp. 265-290).

Di Liscia, M. S., & Soprano, G. (2017). Burocracias estatales. *Problemas, enfoques y estudios de caso en la Argentina (entre fines del siglo XIX y XX)*. Rosario: Prohistoria Ediciones y UNLPAM.

Fernández, N. (2016). Políticas públicas, infraestructuras de comunicación e integración territorial en la provincia de Buenos Aires (1917-1943). *VI Jornada de Becarios y Tesistas del Departamento de Ciencias Sociales, UNQ*.

Giucci, G. (2012). *The cultural life of the automobile: roads to modernity*. University of Texas Press.

Gómez, T., & Tchordonkian, S. (2014). Redes viales y ferroviarias en las décadas del treinta y del cuarenta. *Documento de Trabajo CESPA/FCE-UBA*, 40.

Gruschetsky, V. (2012). Saberes sin fronteras. La vialidad norteamericana como modelo de la Dirección Nacional de Vialidad, 1920-1940. *Los saberes del Estado. Buenos Aires: Edhasa*.

Gruschetsky, V. (2019). La Dirección Nacional de Vialidad, una repartición modelo del Estado nacional. En Menazzi, L. y Jajamovich, G. (Comps.), *Saberes Urbanos. Profesionales, técnicos, funcionarios y agencias estatales en la producción de la ciudad*. Teseo Press: Buenos Aires.

Gruschetsky, V. (2021). Norte Norte-Sur, Este-Oeste. La conformación de la red de avenidas de la ciudad de Buenos Aires frente al avance de los automotores (1920-1940). *Estudios del hábitat*, 19(1), e096-e096.

Gruschetsky, V., & Pintus, A. G. (2021). “Turismo relámpago”: el proyecto de la avenida costanera y la construcción de la ribera norte de Buenos Aires.(1910-1940). *Seminario Internacional de Investigación en Urbanismo*, (13).

Luis, N. (2021). La expansión del parque automotor y la red vial en Mendoza: El papel de la Dirección de Puentes y Caminos en la década del ‘20. *Res gesta* (57) 136.

Ortiz Bergia, M. J. (2014). Los usos de las escalas espaciales y las prácticas historiográficas en el interior de la Argentina: un ejercicio de aproximación a partir del estudio de las políticas sociales.

- Ospital, M. S. (2005). Turismo y territorio nacional en Argentina. Actores sociales y políticas públicas, 1920–1940. *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, 16(2).
- Pastoriza, E., & Piglia, M. (2012). Dossier: El turismo como campo de reflexión (indagación) histórica: políticas públicas, prácticas y representaciones. *Registros. Revista de Investigación Histórica*, (9), 2-7.
- Piglia, M. (2011). Gobierno provincial y clubes de automovilistas en torno a la elaboración y ejecución de la política vial en la provincia de Buenos Aires (1910-1943). En M. Ferrari y N. Quiroga (comps.), *Historias políticas de la provincia de Buenos Aires* (pp. 85-114). La Plata: Instituto Cultural de la Provincia.
- Piglia, M. (2018). Turismo en automóvil en Argentina (1920-1950). *Tempo Social*, 30, 87-111.
- Piglia, M. (2019). *Autos, rutas y turismo: el Automóvil Club Argentino y el Estado*. Siglo XXI Editores.
- Raffa, C., & Luis, N. (2020). Caminos para el turismo y la producción. La acción de la Dirección Provincial de Vialidad en Mendoza (1933-1943). *Coordenadas. Revista de Historia Local y Regional*, 7(2), 146-172.
- Salomón, A. L. (2017). Un lazo ausente: política vial y condiciones de vida en ámbitos rurales de la provincia de Buenos Aires (Argentina, 1940-1950). *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, 9(18), 16-35.
- Salomón, A. L. (2020). Caminos vecinales en el campo bonaerense: entre las restricciones estatales y las iniciativas locales (primera mitad del siglo XX). *Rivar (Santiago)*, 7(19), 69-87.
- Scarzanella, E. (1998). El ocio peronista: vacaciones y turismo popular en Argentina (1943-1955). *Revista de Historia Entrepasados*, 7, 14.
- Silvestri, G. (1999). Postales argentinas. *La Argentina en el siglo XX*, 111-135.

FUENTES

- Automovilismo. Boletín Oficial del Automóvil Club*. Buenos Aires. Consultado entre años 1929- 1943.
- El Orden*. Tucumán. Consultado entre años 1912- 1943.
- La Gaceta*. Tucumán. Consultado entre años 1915- 1943.
- Memoria Provincial de Vialidad*. Violetto Ltda. Tucumán. Consultada entre años 1935- 1946.
- Ministerio de Obras Públicas, *Memoria Dirección Nacional de Vialidad*. Consultado entre años 1933- 1942.
- Touring Club Argentino*. Buenos Aires. Consultado entre años 1925- 1938

MESA DE TRABAJO 9

Conflictos socioterritoriales vinculados al turismo

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Mesa de Trabajo N°9: Conflictos socioterritoriales vinculados al turismo

COMUNIDAD LOCAL Y PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS SOCIOCULTURALES DEL CRECIMIENTO TURÍSTICO. USHUAIA EN TIEMPOS DE POST-CONFINAMIENTO COVID-19

Cabana Jazmín, Sosa Yesica, Chenlo Sergio.

Instituto de Desarrollo Económico e Innovación, Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur

INTRODUCCIÓN

A partir de las políticas públicas nacionales de reactivación turística en el post-confinamiento COVID-19, la ciudad de Ushuaia recibió durante la temporada estival 2021–2022 un flujo superior a 200.000 viajeros (INFUETUR, 02 de marzo de 2022). El crecimiento masivo y repentino de los flujos, habría provocado en la comunidad ushuaiense algunos efectos que merecen ser estudiados. Estas manifestaciones en los residentes podrían tener que ver con la competencia con turistas en el uso de transporte público, el acceso a la vivienda, al espacio público y a determinados servicios turísticos, entre otros. Frente a la vacancia de la temática a nivel local, surge el interés de indagar la percepción de los ushuaienses sobre diferentes aspectos de la relación turista – residente. Esta comunicación intenta responder a la pregunta: ¿de qué manera la población residente de Ushuaia percibe los impactos socioculturales del turismo generados por la reactivación sectorial post-confinamiento COVID-19? El objetivo general consiste en analizar las percepciones, las actitudes, las opiniones y las reacciones de la comunidad ushuaiense con respecto a los impactos socioculturales del turismo. A su vez, se establecieron tres objetivos particulares. El primero de ellos busca explorar las actitudes de los habitantes de Ushuaia acerca del uso compartido, con turistas y visitantes, de espacios públicos, comerciales y de recreación. El segundo pretende indagar las opiniones de los ushuaienses referidas al uso turístico del transporte público, el alquiler de viviendas y del desarrollo inmobiliario. Por último, como tercer objetivo particular se desea conocer las reacciones de los residentes con respecto al acceso de bienes y servicios turísticos.

MARCO TEÓRICO

Se ha considerado a la gentrificación, la turistificación y la masificación como aquellos procesos territoriales vinculados con el desarrollo turístico local, capaces de desencadenar impactos generadores de percepciones negativas en las comunidades receptoras. Desde esta perspectiva, se identifica la necesidad del sector de ampliar la oferta debido al aumento constante de la demanda, situación que despierta el interés de grupos especuladores que aprovechan la burbuja inmobiliaria para desarrollar emprendimientos y/o edificaciones para usos turísticos que no consideran las necesidades de los residentes (Espinar Cortés, 2017). Los cambios de usos tradicionales del espacio urbano por su uso turístico desencadenan procesos de gentrificación – turistificación que originan tensiones entre residentes y visitantes por la competencia de los recursos. Estos cambios se potencian por la masificación de los destinos, como resultado del crecimiento excesivo del número de turistas (Favaro y Trivi, 2019) al promover el hacinamiento en

determinadas áreas donde los residentes sufren las consecuencias de la estacionalidad que, progresivamente, fuerzan cambios permanentes en sus estilos de vida, el acceso a las comodidades y el bienestar comunitario (Pérez González, 2021).

Debido a la masificación de los flujos, se considera al turismo como un factor de influencia en la aparición de impactos sobre aquellas áreas donde se despliega la actividad. En principio surge como un fenómeno social, económico y cultural beneficioso para los actores participantes y para las localidades presentes. Sin embargo, desencadena tensiones socioculturales, intensificación de la dependencia económica y degradación ambiental (Feder, Fratucci y Rodríguez, 2015). De esta manera, los impactos del turismo se entienden como el resultado de una compleja interacción de fenómenos que se manifiesta en el vínculo entre los turistas, el área de destino y su población (Quintero Santos, 2004). En particular, los de orden sociocultural pueden analizarse a través del índice de irritabilidad (Doxey, 1975) que establece la evolución de la relación turista-residente en torno a diferentes etapas que transitan desde la euforia hasta el antagonismo. La percepción de los impactos puede estudiarse desde la teoría de las representaciones sociales. La representación social es una modalidad del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos (Moscovici, 1979). Esto implica una forma de conocimiento del sentido común, las comunicaciones, el ser y el sentirse parte de un ambiente social. Poder indagar las percepciones de la comunidad local de la ciudad de Ushuaia de acuerdo a los impactos socioculturales del turismo, permite obtener conocimiento del saber empírico y los pareceres de los vecinos de la ciudad, en tanto representaciones sociales.

METODOLOGÍA

Se propuso un abordaje metodológico de tipo cualitativo con alcance exploratorio – descriptivo. Se estableció a la ciudad de Ushuaia como recorte espacial y al año 2022 como recorte temporal. Las fuentes de información fueron tanto secundarias como primarias. Las primeras consistieron en informes estadísticos, noticias, datos y videos de redes sociales. La información primaria provino de la recolección de datos a través de encuestas. Como técnica metodológica se estableció, además, el análisis de contenido. Las unidades de análisis fueron, por una parte, las percepciones de los residentes de Ushuaia; y por otra, noticias de diarios y publicaciones digitales. Se dividió la población residente en tres conglomerados: muy involucrados, involucrados y no involucrados; según su vinculación con la actividad turística y su fuente de ingresos principal. Resultó una muestra intencional con $N = 389$ al aplicar una fórmula muestral para universos finitos con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% sobre una población estimada de 81.007 habitantes (INDEC, s.a). Los resultados de las encuestas se procesaron mediante criterios de estadística descriptiva, relacionando distintos aspectos de los objetivos de la investigación con los diferentes conglomerados. Para el análisis de contenido inicialmente se identificaron más de 20 noticias, publicaciones en redes sociales y videos de interés. Después de una selección llevada a cabo teniendo en cuenta las reiteraciones de información, resultó un corpus representativo de 10 unidades. Por último, se determinaron etiquetas, que fueron volcadas y analizadas en una tabla metodológica de recurrencia temática.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados del estudio demuestran que la comunidad, más allá de los conglomerados establecidos, presenta una actitud positiva frente al turismo, aunque se advierten

percepciones de alerta por efectos negativos de la actividad. Puede establecerse que la relación turista – residente transita en términos generales la etapa de euforia (Doxey, 1975) con algunos aspectos que muestran señales de apatía. No se identifican percepciones notables de incomodidad sobre la presencia masiva de turistas en espacios de uso común. Tampoco se asocia, de manera directa, el crecimiento de la actividad a la saturación de facilidades o atractivos (Favaro y Trivi, 2019; Pérez González, 2021).

Los impactos negativos más importantes percibidos aluden al uso turístico del transporte público y de las viviendas residenciales. El malestar de los residentes (Feder, Fratucci y Rodríguez, 2015) remite a la correlación entre el crecimiento del turismo y, la escasez y ausencia de taxis, remises y alquileres permanentes. Los aspectos de gentrificación – turistificación del territorio más evidentes conciernen al desarrollo inmobiliario. Las percepciones vinculan el crecimiento del turismo con la proliferación de construcciones de edificios verticales en la ciudad. Sin embargo, el fenómeno no es asociado con las limitaciones de acceso a la vivienda propia, debido a la escasez o aumento desmedido del valor de la tierra, o de procesos de burbuja inmobiliaria (Espinar Cortés, 2017).

En términos de conocimiento y acceso a bienes y servicios turísticos, se registraron diferentes percepciones según los conglomerados analizados. Así, aquellos muy involucrados o involucrados, manifiestan un conocimiento medio-alto de la oferta turística, por motivos laborales o recreación familiar. Aquellos no involucrados reconocen un grado menor de conocimiento. En su mayoría, los tres conglomerados, manifiestan interés en tener acceso más frecuentemente a la oferta turística local, aunque no suele reconocerse el aspecto económico como limitante para el acceso.

Finalmente, como principales alertas acerca de las percepciones negativas del crecimiento del sector post-confinamiento, los residentes destacan la falta de planificación y gestión adecuada de la actividad. Estas percepciones representan un desafío para los actores territoriales involucrados, en pos de propiciar la sostenibilidad de la actividad, que incluya a la comunidad local con un rol protagónico en los procesos de desarrollo turístico local.

BIBLIOGRAFÍA

Doxey, G. (1975). *A causation theory of visitor–resident irritants, methodology and research inferences. The impact of tourism*, Sixth Annual Conference Proceedings of the Travel Research Association, San Diego, USA.

Espinar Cortés, E. (2017). *Gentrificación y turistificación* [tesis de grado, Universitat de les Illes Balears]. Repositorio UIB. <http://hdl.handle.net/11201/148082>

Favaro, L. y Trivi, N. (2019, octubre 11). *La masificación turística en Europa: una aproximación desde una economía política del paisaje*. XXI Jornadas de Geografía de la UNLP, La Plata, Argentina.

INDEC – Instituto Nacional de Estadística y Censos (s.a). Proyecciones de población por sexo y grupo de edad 2010-2040, para cada provincia. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/proy_1025_depto_tierra_del_fuego.xls

INFUETUR – Instituto Fuegoino de Turismo (02 de marzo de 2022). 200 mil turistas visitaron TDF esta temporada de verano. <https://infuetur.gob.ar/noticias/2038>

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul

Pérez González, A. (2021). Satisfacción turística y masificación: el caso de Nueva Tabarca. [tesis de grado, Universidad de Alicante]. Repositorio RUA. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/118484>

Quintero Santos, J. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales del Museo de América*, (12), (263-274)

Mesa de Trabajo N°9: Conflictos socioterritoriales vinculados al turismo

TODO ES NUEVO E IMPROVISADO FRENTE A LA ETERNA GRANDIOSIDAD DEL PAISAJE⁴⁹

Barrios García Gonzalo.

Instituto de Estudios en Ciencia, Tecnología, Cultura y Desarrollo, CONICET, Universidad Nacional de Río Negro/ GEACH, Universidad Nacional de Quilmes.

Bay Gabuzzo Alhué.

Instituto de Investigaciones en Diversidad Cultural y Procesos de Cambio, CONICET, Universidad Nacional de Río Negro.

Pierucci Liliana V.

Instituto de Estudios en Ciencia, Tecnología, Cultura y Desarrollo, CONICET, Universidad Nacional de Río Negro

INTRODUCCIÓN

Los paisajes naturales son una de las principales motivaciones por las que miles de turistas visitan San Carlos de Bariloche. Fue por medio de diversas políticas que estos han sido valorados, producidos y reproducidos como un recurso turístico desde principios del siglo XX (Barrios García, 2020). Según Urry (2001), la imagen de destino turístico no es una imagen espontánea, sino una imagen socialmente inducida y reproducida que se va organizando en torno a una autenticidad escenificada. En este sentido, por ejemplo, el Plan Estratégico y de Competitividad Turística de San Carlos de Bariloche (PECT) publicado en 1998, reconoce la centralidad de la naturaleza y el paisaje como los principales componentes del atractivo turístico, estableciendo una importante relación de interdependencia entre ambos. “*El elemento de diferenciación para estos mercados [se refiere a los mercados internacionales de EE. UU. y Europa] es el de ofrecer naturaleza salvaje, pero en un entorno "civilizado" y "seguro" de "confort, después de la aventura"* (PECT, 1998:25). Esta representación del paisaje local, entre “salvaje” y “seguro”, ha sido una constante y tiene, en términos reales, impactos muy concretos ya que invisibiliza aquellos elementos que puedan alterar esta construcción. La autenticidad escenificada se encuentra en todo el conjunto de imágenes y videos o postales que promocionan el destino, desde las guías turísticas del Parque Nacional Nahuel Huapi, pasando por las campañas publicitarias de las empresas turísticas locales y en los videos de la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de San Carlos de Bariloche. En éstos se da cuenta principalmente de vistas panorámicas del lago Nahuel Huapi, las montañas y los bosques que lo rodean. Sólo en algunas ocasiones, cuando las particularidades lo ameritan, como, por ejemplo, la Fiesta Nacional del Chocolate o el festival gastronómico “Bariloche a la Carta”, se presenta en imágenes el Centro Cívico y la costanera de la ciudad. Sin embargo, de manera deliberada se ocultan los barrios ubicados al sur, (en el denominado “Alto” de la ciudad), paisajísticamente menos demandados, o la presencia de los elementos

⁴⁹ “*Todo es nuevo e improvisado frente a la eterna grandiosidad del paisaje; y cualquiera sea la arquitectura que el hombre adopte aquí, ha de imperar la del bosque y la montaña con su euritmia sublime, que algún día vendrán a cantar los poetas de la patria*” (Elfein, 1917:121). Tomamos la cita para proponer el título de este trabajo como un homenaje a Ada María Elfein, periodista y promotora de la ciudad quien la visitara a principios del siglo XX.

característicos del paisaje regional que representen otras problematizaciones, como la cercanía de los volcanes u otros riesgos ambientales. Cabe esperar entonces que esta construcción discursiva sobre un destino rodeado de lago, bosques y montañas en estado natural impulsará una demanda que busque estos mismos recursos. Según la forma en que el capital impone su lógica de realización y acumulación ampliada, necesariamente esto afectará la forma en que se estructura la ciudad. De este modo también la oferta turística, principalmente la alojativa, como también las actividades vinculadas (servicios gastronómicos, excursiones, entre otros), priorizan una localización que se corresponda con dicha demanda de proximidad a los escenarios naturales mejor conservados.

El presente trabajo tiene por objetivo contrastar la forma de estructuración urbana que promueve la actividad turística en Bariloche en desmedro de los recursos y atractivos naturales que la propia actividad ofrece como mercancía (los bosques, los lagos y los paisajes andinos). Este tipo de desarrollo turístico librado a la lógica del capital implica impactos tanto ambientales como sociales.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Bertoncello (2002) y Acevedo (2016), establecen que las nuevas modalidades turísticas se caracterizan por la multiplicación de las ofertas, para satisfacer la diversidad de nichos de demanda lo que conlleva la multiplicación de destinos turísticos. Al mismo tiempo, la búsqueda de exclusividad, autenticidad, naturaleza virgen y todos aquellos atributos con los que se venden las “nuevas” ofertas van en consonancia con los valores, deseos e imágenes instalados en la sociedad a través, entre otros aspectos, de la moda.

Por otra parte, los centros turísticos constituyen un tipo especial de ciudad en las que el turismo reconfigura el espacio urbano y reconfigura las relaciones socioespaciales. Para que el turismo se desarrolle es necesaria la existencia de ciertas infraestructuras y equipamientos (como hoteles, restaurantes, rutas y aeropuertos) y atractivos, los cuales, de no haber sido intervenidos por los capitales o algún planificador turístico, serían meros recursos o materia prima. Desde este enfoque, el desarrollo turístico implica necesariamente un proceso de valorización, privatización y mercantilización de sus productos (Fletcher, 2016). Sin embargo, en tanto la naturaleza deviene en mercancía es difícil pensar que la racionalidad económica no prime sobre la ambiental generando importantes tensiones (Muñoz, 2016).

- Metodología

Por medio del uso de imágenes de satélites Landsat 5 y 8 y su procesamiento, se utilizó un protocolo de clasificación realizado por el Ministerio del Interior de la Nación (Marcos et al, 2017) a través del software de análisis espacial QGIS, que permitió medir el crecimiento de la mancha urbana⁵⁰ de la ciudad de Bariloche desde el año 2001 al 2018. A fin de poder analizar y establecer comparaciones sobre los resultados obtenidos, se dividió el ejido de la ciudad en siete zonas.

A su vez, se buscó establecer su vinculación con la distribución espacial de los alojamientos turísticos en la ciudad. Para ello se procedió a geolocalizar la ubicación de éstos en dos periodos de tiempo distintos: 2006 y 2018 y se lo puso en relación con los resultados analizados en cada una de las siete zonas ya mencionadas.

⁵⁰ Esta expresión se utiliza para denominar la representación de los patrones y las dinámicas de crecimiento urbano en el mapa en disciplinas como la geografía y el urbanismo.

Finalmente, a partir de la capa de información sobre bosque nativo realizada por el Centro de Investigación y Extensión Forestal Andino Patagónico (CIEFAP, 2001) se calculó la modificación de la superficie de los bosques a partir del crecimiento de la mancha urbana.

- **Discusión y conclusiones: El turismo como estructurador del espacio urbano**

Entre los principales resultados del análisis del crecimiento de la mancha urbana se puede decir que las áreas que presentan mayor crecimiento urbano fueron las zonas ubicadas al Oeste de la ciudad (Oeste Cercano y Oeste Lejano). Además, en lo que respecta al crecimiento urbano por sobre el bosque nativo, vemos que cerca del 40% del crecimiento de la superficie urbanizada en el Oeste Lejano avanzó sobre la cobertura de bosque nativo. Asimismo en estas mismas zonas y en las cercanías de toda la costa occidental del Lago Nahuel Huapi se encuentra la mayor cantidad de unidades y plazas de alojamientos turísticos.

Considerando lo analizado en este trabajo, se ejemplifica cómo el capital privado impulsado principalmente por la lógica de reproducción del turismo basado en el paisaje y los recursos naturales impulsa el crecimiento de la ciudad hacia el oeste, es decir que, asume una particular configuración territorial. Este mismo crecimiento fue a expensas de la cantidad y calidad del bosque nativo (lo que impactó directamente en el paisaje natural) y en el acceso a las costas si se considera la ubicación de los alojamientos en las cercanías a los cuerpos de agua. Estos resultados refuerzan dos lógicas mencionadas anteriormente. Por un lado, la privatización y mercantilización de los bienes tales como los lagos y bosques. Por el otro, la lógica autodestructiva del capitalismo dado que el avance urbano impulsado por los alojamientos turísticos atenta sobre el atractivo natural que se ofrece como atractivo.

Por ello, este destino turístico cuyo principal atractivo es el entorno natural soporta una serie de impactos y contradicciones, entre ellos, los comunes a cualquier destino turístico, por el establecimiento de mayor cantidad de infraestructura para la realización de la actividad que implican ciertos impactos específicos ligados a la forma en que se realizan. Los espacios de esparcimiento o de residencia que buscan su inserción en entornos naturales empiezan a ser utilizados masivamente por los visitantes turísticos generando nuevamente transformaciones. Teniendo en cuenta lo analizado, son precisamente las áreas naturales donde es más probable que ocurra la urbanización turística y a la vez, son las más demandadas por sus consumidores en alto grado de conservación. Paradójicamente, esta lógica implica entonces, constantes avances mercantilizadores de la naturaleza e impactos negativos en el producto que la propia actividad ofrece.

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, R. M. (2016). Extralimitación, decrecimiento y turismo: la necesidad de un cambio de modelo. *Ecología política*, (52), 8-11.
- Barrios García, G. (2020). La primera mitad del Siglo XX, los cimientos de la construcción turística de San Carlos de Bariloche. En Guido Pascual Galafassi; Gonzalo Barrios García Comp. *Tierras secuenciadas, cordillera persistente: territorio, cultura, producción y paisaje en la Patagonia Andina*. 1a ed. - Ranelagh: Extramuros Ediciones. ISBN:978-987-22408-7-5.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y transferencias, 6(2), 29-50.
- Consejo Federal de Inversiones (CFI). (1998). Plan estratégico y de competitividad turística de San Carlos de Bariloche (PECT). Disponible en:

<http://biblioteca.cfi.org.ar/documento/plan-estrategico-y-de-competitividad-turistica-de-san-carlos-de-bariloche-provincia-de-rio-negro/> (última consulta 27-12-22).

- Fletcher, R. (2016). Tours caníbales puesto al día: La ecología política del turismo. *Ecología política*, (52), 26-34.
- Marcos, L., Nemiña, F., Schell, D. y Wagner, A. (2017). Clasificación de áreas urbanas y peri-urbanas. Protocolo versión: 0.10. Ministerio del Interior. Disponible en: <https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/clasificacion-areas-urbanas-peri-urbanas.pdf>
- Muñoz, A. P. (2016). Turismo e imperialismo ecológico: El capital y su dinámica de expansión. *Ecología política*, (52), 18-25.
- Urry, J. (2001). La mirada del turista. *Turismo y patrimonio*, (3), 51-66.

Mesa de Trabajo N°9: Conflictos socioterritoriales vinculados al turismo

POLÍTICAS TURÍSTICAS, RECLAMOS TERRITORIALES MAPUCHE Y RACISMO EN LA PATAGONIA ARGENTINA

Crespo Carolina.

Instituto de Ciencias Antropológicas, CONICET, Universidad de Buenos Aires

En América Latina el interés por impulsar el turismo supuso la conversión de ciertos espacios, “bienes”, saberes y prácticas de sujetos colectivos –entre ellos, de pueblos originarios otrora menospreciados– en atractivos para el mercado, sin revolver problemas histórico-estructurales como el territorial. En ese marco, la discusión sobre la articulación entre territorio, turismo y diversidad cultural, especialmente en lo que refiere a pueblos originarios, se desarrolló dentro de la academia, siguiendo dos grandes líneas. Algunos estudios pusieron más énfasis en las implicancias positivas que los emprendimientos turísticos podían tener para las comunidades indígenas y sus potencialidades para el desarrollo de ciertos espacios territoriales. Postularon que el desplazamiento atravesado el turismo en estos años estimuló el contacto entre culturas y creó un nuevo marco de relaciones interétnicas. Afirmaron que el turismo se percibió como la posibilidad de acceder y difundir conocimientos, prácticas, experiencias, producciones culturales e, incluso, transmitir conflictos a toda la sociedad; además de generar algunos ingresos (Almirón et al., 2006). Otros académicos tendieron a resaltar sus aspectos negativos. Señalaron que el turismo constituye un dispositivo extractivista (Gómez Barris, 2022) o una maquinaria político-ideológico de producción de exotismo y construcción de la alteridad desde una imagen estereotipada y fragmentaria (Pereiro, 2011, 2013). Añadieron que, a la desigualdad que promueve en términos simbólicos, se agrega la asimetría que gesta en lo económico y las consecuencias negativas para los espacios en los que tiene lugar (Bertoncello, 2002).

Sin duda, la discusión sobre las implicancias del turismo es un tema controvertido sobre el que todavía queda mucho por profundizar. En esta ponencia, me interesa ir más allá de estas dicotomías para compartir un análisis de las implicancias complejas y paradójicas que fue impulsando la actividad turística en regiones que históricamente han negado la presencia indígena y no han resuelto sus problemas territoriales, como es el caso de varias localidades de la Comarca Andina del Paralelo 42° –en adelante, Comarca Andina o Comarca–, en la región de la Patagonia Argentina.

La Comarca Andina se conforma en los años 1990. Está integrada por las localidades cordilleranas de Lago Puelo, Epuyén, El Hoyo y el Maitén en el noroeste de Chubut y por la localidad de El Bolsón en el sudoeste de Río Negro. La conformación de esta región comarcal fue, en gran medida, producto de un interés por promover el desarrollo económico y el turismo en toda esta zona, lindante con grandes centros turísticos históricos muy consolidados, como lo son San Carlos de Bariloche y Esquel. La propuesta de integrarse en esta microregión formó parte de una política más amplia impulsada a nivel nacional que promovía fomentar “procesos de asociación de municipios para mejorar la eficacia y eficiencia en la administración de las políticas públicas”. Esto es, configurar micro-regiones “adecuadamente conformadas en términos de población, recursos naturales, identidad cultural, potencialidad productiva, infraestructura y capacidad administrativa y financiera”; pues se entendía que esto permitirá “desarrollar y

gerenciar las políticas públicas, programas y proyectos dentro de áreas con mayor capacidad productiva, lo que aumentaría la rentabilidad tanto pública como privada” (Programa de microrregiones patagónicas en <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/CLADpatagonicas.pdf>, consultado en marzo 2015). Por otro lado, la conformación de una comarca turística, se basaba en la idea de ir más allá de la contemplación del paisaje o la aventura, para promover la cultura y la diversidad como recursos de atracción, motor de desarrollo y generadores de divisas.

Luego de la crisis del 2001 vivida en nuestro país, pero especialmente, con la Ley Nacional de Turismo N° 25.997 dictada en el 2004, el turismo se declaró prioridad dentro de las políticas públicas. Se consideró a esta actividad como una alternativa viable para enfrentar la crisis socioeconómica y, en especial, las crisis regionales. Desde entonces, el turismo como actividad económica ha crecido notoriamente en la Comarca Andina. El aumento de alojamientos, bares y restaurantes, el incremento en la frecuencia y la puesta en funcionamiento de transportes públicos para acceder a lugares turísticos, y la creación de diversas ofertas para visitar, son índices de la importancia que fue adquiriendo con el correr de los años. De ahí que mi interés en este trabajo es revisar la trayectoria de esta región, la dinámica que tuvieron las políticas turísticas y sus efectos complejos para con la población mapuche que, desde hace varios años, reclama la titularización de sus espacios territoriales y/o fueron en los últimos años a recuperar sus territorios.

En efecto, la promoción turística de la Comarca se puso en juego en un contexto de históricos reclamos por el despojo y/o la falta de regularización del dominio territorial de vastas zonas de estas localidades, de un concomitante proceso de auto-reconocimiento público de comunidades mapuche que iniciaron la demanda por su territorio apelando a sus derechos como indígenas, de un reordenamiento y traspaso de la administración de ciertos espacios que estaban en manos de la provincia a los ejidos municipales, y de un incremento –aún en aumento– del valor inmobiliario de la tierra y por ende, del interés y la tensión sobre la misma. En los últimos años, además, las políticas turísticas se combinaron con un reconocimiento institucional de la diversidad étnica otrora negada y una organizada escalada de racismo en el espacio público.

A través de una perspectiva etnográfica que combina trabajo de campo y trabajo de archivo –esto es; observaciones participantes, entrevistas en profundidad, relevamientos de fuentes estatales y mediáticas, páginas de internet, etc.– profundizo en la tensión entre turismo, visibilidad de la alteridad indígena, derechos territoriales y racializaciones emergentes en la Comarca Andina. Me centro especialmente en dos localidades: la localidad de El Hoyo y Lago Puelo en la provincia de Chubut, aunque tomaré en cuenta algunos acontecimientos vividos en las localidades aledañas que están íntimamente conectadas con estas. Recupero para el análisis reflexiones realizadas en trabajos previos sobre la temática (Benedetti y Crespo, 2013; Crespo, 2017, 2022) junto a discusiones introducidas por otros autores (Bondel, 2009; Dimitriu, 2022; Hall, 2010; Monteleone, 2021; Pereiro, 2011, 2013; Perez Galan, 2011; Prats, 2010; Prats y Santana, 2011; Santana, 2003; Suarez et al., 2017; Torres Fernández, 2008; Toselli, 2006; etc.).

BIBLIOGRAFÍA

Almirón, A.; Bertoncetto, R. y Troncoso, C. 2006. “Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina”. *Estudios y perspectivas en turismo*, 15: 101-124.

- Benedetti, C. y Crespo C. 2013. Construcciones de alteridad indígena en el campo patrimonial en Argentina. Algunas reflexiones a partir de estudios situados en Tartagal (Provincia de Salta) y Lago Puelo (Provincia de Chubut). *Boletín de Antropología*, 28 (46): 161-184.
- Bertoncello, R. 2002. Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y transferencias, 6(2): 29-50.
- Bondel, C. 2009. Transformaciones territoriales y análisis geográfico en ámbitos patagónicos de montaña. La Comarca Andina del Paralelo 42. Tesis Doctoral presentada en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata.
- Crespo, C. 2017. "Contornos de lo decible, exhibible y pensable. Los pueblos originarios en las políticas turístico-culturales en el noroeste de Chubut (Patagonia, Argentina)". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15, 3: 533-544
- Crespo, C. 2022. "The Secrets of the Forest: Tourist Images about Puerto Patriada (Patagonia, Argentina)". *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 18, 1: 26-39.
- Dimitriu, A. 2002. "Producir y consumir lugares: Reflexiones sobre la Patagonia como mercancía". *Revista Eptic, Economía política de las tecnologías de la información y la comunicación*, 11.
- Galafassi, G. 2008. Capital, naturaleza y territorio en Patagonia. Rediscutiendo las tesis sobre la acumulación primitiva. *A contracorriente*, 8 (1): 198-229.
- Gómez Barris, M. 2022. *La Zona Extractiva: Ecologías Sociales Y Perspectivas Descoloniales*. Santiago de Chile: Metales Pesados.
- Hall, S. 2010. "El espectáculo del 'Otro'". En Restrepo, E., Walsh, C. y Vich, V. (Eds.), *Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales* (pp. 419-446). Popayan: Envion
- Monteleone, A. 2021. "Acceder al paraíso". *El paisaje como mercancía inmobiliaria en la Cordillera Patagónica. El caso de la localidad de Lago Puelo, provincia de Chubut*. Buenos Aires: Extramuros Ediciones
- Pereiro Pérez, X. 2011. El turismo como patrimonio cultural imaginario. Reflexiones a partir del caso del turismo Kuna. *Pasos*, 5: 13-26
- Pereiro, X. 2013. Los efectos del turismo en la cultura indígena de América Latina. *Revista Española de Antropología Americana*, 43(1): 155-174.
- Pérez Galán, B. 2011. Nuevas y Viejas narrativas turísticas sobre la cultura indígena en los Andes. *Pasos*, 5: 27-48.
- Prats, L. 2010. "Activaciones turístico-patrimoniales de carácter local". En Nivon, E. y Mantecón, A. R. (Coord.), *Gestionar el patrimonio en tiempos de globalización* (pp. 185-200). México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Prats, L. y Santana, A. 2011. "Turismo, identidad y patrimonio, las reglas del juego. *Pasos*, 5: 1-12
- Santana Talavera, A. 2003. Turismo cultural, culturas turísticas. *Pasos*, 9 (20): 31-57.
- Suarez, S., Impemba, M. y Rodríguez, M.D. 2017. *Turismo y procesos de territorialización en la Cordillera Neuquina*. Roca: PubliFadecs.
- Torres Fernández, P. 2008. Redefiniendo alteridades: Políticas provinciales de turismo étnico en Chaco y Formosa". En *Actas del IX Congreso Argentino de Antropología Social Misiones*.
- Toselli, C. 2006. Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. *Pasos*, 4 (2): 175-182.

Mesa de Trabajo N°9: Conflictos socioterritoriales vinculados al turismo

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN TERRITORIOS DISPUTADOS. PERSPECTIVAS DEL LOF DOMINGO CAYUN PANICHEO ANTE EL AVANCE DEL NEOEXTRACTIVISMO EN LA CUENCA BINACIONAL DEL RÍO PUELO

Paolella Agustina.

Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue

INTRODUCCIÓN

La presente ponencia es parte de una investigación en curso en el marco de la tesis denominada “*El turismo en el Lof Domingo Cayun Panicheo ante escenarios de disputas en el territorio binacional de los Estados argentino-chileno.*” para acceder al título de Licenciada en Turismo. El trabajo es parte de una beca EVC CIN que me encuentro usufructuando. Las reflexiones que aquí se vierten son parte de un proceso de investigación que se inició en el año 2021 con la presentación del plan de tesis y la continuidad del trabajo con mi participación en el proyecto de investigación *Políticas y transformaciones sociales en territorios turísticos de la provincia de Neuquén*, de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue.

Presentación del tema y aproximación al problema

El eje de investigación que guía el presente trabajo, se propone investigar acerca del rol de la actividad turística ante los conflictos territoriales que experimenta el Lof Domingo Cayun Panicheo (LDCP), en torno a las disputas y presiones ejercidas sobre su territorio en un contexto de desarrollo neoextractivista.

El LDCP, se encuentra ubicado en Segundo Corral, comuna de Cochamó en Chile. Su territorio ancestral abarca desde Lago Puelo, Chubut, Argentina hasta el estuario de Reloncaví, Chile. Se encuentra emplazado sobre uno de los márgenes del río Puelo. Resulta interesante destacar que dicho río, representa una de las 19 cuencas binacionales, es decir, cuencas compartidas entre los Estados chileno y argentino. Cualquier actividad económica o productiva que se lleve a cabo en la cuenca, requiere de la conformidad de ambos países para su desarrollo. El Lof cuenta con el reconocimiento como comunidad Mapuche desde el año 2005, se autoadscriben Mapuche y llevan adelante sus prácticas ancestrales. Actualmente su territorio ancestral cuenta con 400 hectáreas a ambos lados de la cordillera. La ubicación geográfica en la que se encuentra la comunidad, da cuenta de la preexistencia a la conformación de los estados-naciones y del conflicto que la misma representa para cada Estado, en lo referido a las construcciones identitarias y el ideal nacional de cada Estado tendientes a la homogeneización de la cultura. De acuerdo a Baeza (2009), tanto el Estado chileno como el argentino presentaron dificultades para el desarrollo del patriotismo y la soberanía nacional en los territorios de frontera, esto se debía principalmente a que eran zonas marcadas por un fuerte intercambio comercial, donde el flujo de chilenos y argentinos era constante y cíclico, ya que dependía de las condiciones económicas y de estabilidad laboral la permanencia o no de los pobladores en un lugar o en otro. “Estos primeros migrantes eran chilenos argentinizados para el

estado chileno, y viceversa, para el estado argentino se trataba de argentinos chilenizados; es por eso que diferenciar las poblaciones de uno y otro lado de la cordillera implicó un esfuerzo nacionalizador por parte de ambos Estados, para lograr así hacer coincidir la frontera política con la frontera cultural e identitaria.” (Baeza, 2009:6) Hay que destacar también, que la llamada Conquista del Desierto (Argentina, 1879-1885) y la Pacificación de la Araucanía (Chile, 1861-1883) fueron las campañas militares a través de las cuales, los Estados se apropiaron de los territorios de las comunidades originarias de la Patagonia argentina-chilena, respondiendo a los intereses que representaba para cada Estado tener el control sobre dichos territorios para expandir los modelos productivos.

La “Conquista del Desierto” permitió la incorporación de las áreas habitadas por el pueblo Mapuche a la estructura económica del Estado Nación argentino en formación. Además del exterminio y del sometimiento de miles de indígenas, el resultado fue la privatización y concentración de grandes extensiones de tierra. Otro efecto fue el reasentamiento de la población sobreviviente en tierras marginales, adoptando como actividad preponderante la crianza de ganado menor (ovino y caprino) en forma extensiva. (Radovich y Balazote, 2009 citado en Valverde, 2013:143)

Lo expresado anteriormente, permite realizar un recorrido histórico y político sobre el territorio del Lof Domingo Cayun Panicheo. “Algunos pueblos originarios, como el Pueblo Mapuche, reivindican en la lucha por la tierra su soberanía territorial frente a la soberanía de los Estados-Nación argentino y chileno...” (Domínguez y Sabatino, 2008:5).

Como se mencionó anteriormente, el territorio ancestral de la comunidad abarca 400 Has en ambos lados de la cordillera, y sobre todo el valle del río Puelo. Dicha área cuenta con la presencia de Parques Nacionales, públicos y privados, y es el escenario de proyectos de desarrollo neoextractivistas como son mineras y centrales hidroeléctricas. A su vez, desde el año 2000 aproximadamente, se viene impulsando la conformación del Paso Internacional El Bolsón-Río Puelo, el cual se constituiría como el paso internacional más bajo entre Chile y Argentina, con tan solo 200 msnm. Ambos Estados, dieron la conformidad para llevar adelante el proyecto, pero solo el gobierno de Chile, ha realizado avances en la zona. El turismo, como actividad económica capitalista también juega un papel en dicho escenario, ya que parte de los argumentos a favor de la construcción de dicho paso, es precisamente, los beneficios que puede traer para el desarrollo turístico de la región de la comarca⁵¹ andina del paralelo 42⁵². La construcción del paso internacional implica también, la conformación de un corredor bioceánico, que conectaría el Atlántico con el Pacífico; lo cual dentro de un contexto de desarrollo neoextractivista, con proyectos mineros a ambos lados de la cordillera; potenciaría también, el desarrollo de dicho modelo, ampliando la conectividad para el traslado de bienes comunes extraídos en ambos países. Todo lo mencionado anteriormente, da cuenta de un alto grado de conflictividad en torno al uso y apropiación del territorio. Un acercamiento a las luchas llevadas a cabo por el LDCP en defensa del valle del Río Puelo, y por su territorio permitirá comprender las dinámicas territoriales y los procesos de reafirmación identitaria de la comunidad. A su vez, permite comprender al territorio y las disputas por el control y apropiación del

⁵¹ Conceptualizamos como comarca, a aquella unidad territorial en la que dos o más poblaciones linderas, tienen elementos y/o factores que se vinculan indudiblemente; esto último, aún frente a divisiones administrativas excluyentes. (Bondel, 2008)

⁵² La Comarca Andina del Paralelo 42, comprende las localidades de El Bolsón (provincia de Río Negro), Lago Puelo (provincia de Chubut), El Hoyo (Chubut), Epuyen (Chubut), El Maitén (Chubut) y Cholila (Chubut).

mismo, y por supuesto, el vínculo entre sociedad-naturaleza que se instala a través de los modelos de desarrollo vigentes, los cuales responden al sistema capitalista actual en su fase neoextractivista y neocolonial. Dentro de este territorio disputado resulta relevante analizar el rol que desempeña el turismo en relación a los conflictos territoriales del Lof Domingo Cayun Panicheo con los Estados chileno y argentino en las últimas tres décadas, en un contexto neoextractivista. Para ello es necesario describir los conflictos del Lof con los Estados en términos territoriales y jurisdiccionales, frente a las propuestas neoextractivistas; e indagar el vínculo entre el turismo y el Lof Domingo Cayun Panicheo a partir de una proyección comunitaria y su conexión con los conflictos territoriales presentes.

PROPUESTA METODOLÓGICA

La metodología propuesta para el desarrollo de la investigación se enmarca dentro del abordaje de tipo cualitativo, ya que el mismo nos permite profundizar en torno a los saberes, sentires y opiniones de quienes se constituyen como la población de estudio para la investigación, que en este caso, es la comunidad Domingo Cayun Panicheo. Se realizó el trabajo de campo, desarrollando dos técnicas consecuentes con dicho abordaje: la observación participante y entrevistas en profundidad semiestructuradas. A través de las mencionadas técnicas, se pretende obtener fuentes de datos primarias para alcanzar los objetivos propuestos.

Para llevar adelante las entrevistas, se realizó un muestreo no probabilístico de tipo bola de nieve, priorizando que la muestra obtenida sea diversa en términos de edad, residencia permanente y; principalmente, que sean quienes se muestren abiertos a hablar y expresarse en torno a la problemática estudiada.

Fue necesario también recurrir a fuentes de datos de tipo secundarias, las cuales permiten la caracterización del área en términos productivos y de desarrollo; y un mayor detalle acerca de los proyectos propuestos para el desarrollo de la zona. Se consultaron: investigaciones, informes estatales, planes de desarrollo, programas y proyectos de los Estados intervinientes, censos, notas periodísticas (para la contextualización del problema), entre otras.

Este tipo de abordaje y el diseño flexible de investigación permite una iteración recurrente, en el que quien investiga se acerca a su objeto de estudio en más de una ocasión, permitiendo, poner a pruebas las técnicas, reconocer alcances y limitaciones de los contextos en los que se enmarca cada una de las instancias de entrevistas. Al tratarse de una comunidad que se encuentra en un territorio binacional, algunas entrevistas se llevaron a cabo en Segundo Corral, Chile; y otras en Lago Puelo, Argentina.

PRIMER ACERCAMIENTO AL ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tomando como base la observación participante realizada y las entrevistas semiestructuradas en profundidad, se puede realizar un análisis preliminar con algunas aproximaciones al problema abordado:

- La ubicación geográfica de la comunidad, da cuenta de una serie de supuestos y realidades: la primera, que la cordillera no fue un límite físico para el pueblo Mapuche, quien ancestralmente se trasladó desde oeste a este y viceversa. La segunda, da cuenta de cómo las campañas militares por la ocupación de los

territorios de la patagonia argentina-chilena, expulsó, y se apropió de los territorios de los pueblos indígenas que habitan estos suelos. Los obligaron a reubicarse, y en esta reubicación, encontraron zonas, aisladas, olvidadas, zonas de frontera, de borde, de excluidos donde continuar su vida. La tercera; esas zonas olvidadas, se convierten en las nuevas zonas de sacrificio definidas por Maristella Svampa. El capitalismo en su versión extractivista y de acumulación por desposesión, pretende nuevamente expulsar y apropiarse de los territorios de los pueblos indígenas; para de esta manera, saquear sus suelos, extraer sus recursos, y solventar así el faltante energético de las grandes metrópolis mundiales. Persiste aún hoy la colonialidad permanente de américa latina. La cuarta; no son chilenos, no son argentinos, son mapuches en un territorio que cuenta con la frontera política de dos países, pero que a su vez es una cuenca binacional, donde debe existir una gestión compartida entre dos Estados; todo esto, habla de conflictividad, de identidad, de ideas de nación que entran en contradicción en un mismo territorio.

- El turismo, desde la mirada del LDGP, es una actividad que puede traer beneficios, en términos de que les permite generar una diferencia económica que ellos necesitan para subsistir el resto del año; pero, existe preocupación por la sobrecarga de los lugares, la producción de residuos, los conflictos derivados de la actividad como son: extranjerización de la tierra, privatización de la tierra y costas de ríos, lagos y arroyos; pérdida de las actividades primarias de subsistencia en el valle. Se considera a la actividad turística como un mal menor, existe interés por parte de la comunidad de desarrollarlo, pero de forma ordenada, con reglas para el turista/visitante donde se respete la naturaleza, y siempre enmarcado en un turismo respetuoso por los saberes y formas de vida del pueblo mapuche, y respetuoso también, de la naturaleza, la madre tierra, la ñuke mapu.
- La construcción del Paso Internacional El Bolsón- Río Puelo, es la principal problemática que atraviesa la comunidad en la actualidad. La apertura de este camino que comunica Cochamó hasta Segundo Corral, y que pretende continuar hasta Lago Puelo generó el advenimiento de una serie de problemáticas. La conectividad que supone dicho camino, significó la llegada de: turismo masivo, negocio inmobiliario, tala de bosque, extranjerización de la tierra y privatización de costas de ríos, lagos y arroyos. Sacar del aislamiento, como lo propone el Estado chileno, es conectar Pacífico con Atlántico, es la construcción de un puente para tránsito pesado en un valle de tipo rural, donde la densidad poblacional es muy baja, y casi no hay vehículos de dichas magnitudes, a lo sumo camioneta o tractor.
- El valle del río Puelo se constituye como un territorio rural, amplio, con población distribuida en grandes extensiones de tierra. Es una zona donde la presencia estatal por parte de Chile, es prácticamente nula. No hay gas, sistema de agua potable, luz, servicios de internet, en términos de telefonía solo opera la empresa Claro, pero con muy poca cobertura (se comunican por radios), no hay tratamiento de residuos (la recolección de residuos se realiza una vez al mes, independientemente si es verano o invierno o de la temporada alta turística). Existe una escuela, donde los niños pueden estudiar sólo el nivel inicial y cuentan con una posta de salud. El territorio no ha variado en términos de presencia estatal, en aproximadamente 70 años.
- La población del valle vive de sus animales y de lo que siembran, son actividades económicas primarias de subsistencia. Con el advenimiento del turismo a partir

del año 2000, comienzan a generarse cambios en dichas actividades, encontrando algunos pobladores, la posibilidad de trabajar con el turismo; por lo que, algunas actividades primarias han comenzado a cambiar, para algunos pobladores.

- El río, el agua, es fuente de vida para todo el valle. ¿Qué quiere decir esto? Que la importancia del agua trasciende cualquier problemática que experimenten, cualquier actividad que realicen. Toman agua de sus ríos, arroyos y lagos. Necesitan el agua para la siembra y para sus animales. Lo navegan desde tiempos antiquísimos, son navegantes, el agua es un camino, es conectividad. Pescan, y la pesca es base de su alimentación. El agua es su vida, en todos los sentidos de la palabra.

Mesa de Trabajo N°9: Conflictos socioterritoriales vinculados al turismo

EL TURISMO COMUNITARIO COMO EMERGENTE DE LA ORGANIZACIÓN CAMPESINA EN EL NOROESTE CORDOBÉS

Quevedo Cecilia.

CONICET, Instituto de Estudios en Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba y Universidad Nacional de Villa María.

Paz Magali Luciana.

CONICET, Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba y Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba.

Sosa Mailén.

MCC, Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba.

Belelli Eduardo.

MCC, Universidad Provincial de Córdoba

INTRODUCCIÓN

A principios del s. XX los bosques naturales cubrían un tercio del territorio argentino y ocupaban más de cien millones de hectáreas (el equivalente a las superficies de Francia y España). Esta extensión se ha reducido drásticamente: en la Argentina, actualmente los bosques nativos se estiman cercanos a los 48 millones de hectáreas (MAyDS, 2021). Ergo, nos toca experimentar un triste récord en las últimas décadas: ser uno de los diez países del mundo que más ha visto disminuir sus bosques nativos por cambio de uso del suelo para la agricultura.

El proceso que se viene consolidando es el acaparamiento de tierras junto al modelo de desarrollo agroindustrial y el agronegocio que conduce a grandes transformaciones en los territorios (Sosa Varrotti, Ramírez y Serpe, 2022). En otras ocasiones hemos observado cómo las causas no devienen sólo de la “agriculturización” (principalmente de soja y maíz) sino que también se desarrolla el denominado proceso de “bovinización”, que implica la reubicación de ganado proveniente de la pampa húmeda en zonas rurales otrora consideradas “marginales” como el nordeste y noroeste argentino u otras regiones extra-pampeanas (Paz, 2020).

En este marco, es clave analizar el reposicionamiento de los actores del territorio rural frente a los efectos generados por el avance del capital en el agro. Específicamente, nos interesa analizar la experiencia del Movimiento Campesino de Córdoba (MCC) en el proceso de creación de una “reserva campesina” como estrategia organizada a partir de la idea de “turismo comunitario”. Haremos hincapié en estas agencias desde las implicancias de una perspectiva territorial organizada en el horizonte de la histórica lucha campesina (de resistencia y transformación) en el norte de la provincia. Las familias que se aglutinan en torno al MMC desde hace poco tiempo advierten en el turismo una forma novedosa de disputar recursos, afianzar a las juventudes rurales en sus territorios y conservar la naturaleza y las prácticas en torno a ella.

El Quicho es un paraje del departamento Cruz del Eje localizado a 24 kilómetros de la localidad de Serrezuela. Se hizo muy conocido en los últimos años por el hallazgo de un chorro termal, ubicado al lado de la escuela rural (gestionada por el MCC). La historia inicia en el año 1987, cuando la Dirección Provincial de Hidráulica realizó una

perforación en búsqueda de agua potable para proveer a la escuela rural primaria Rubén Darío y de manera inesperada hallaron un acuífero mesotermal con una profundidad de 225 metros y una temperatura aproximada de 40 °C que ha significado un espacio de encuentro y recreación de los estudiantes de la escuela. En los últimos años, se identifican distintos proyectos de desarrollo turístico y luego de la pandemia la terma es explotada por el municipio de la localidad de Serrezuela (Mina y Quevedo, 2023).

Al analizar la historia de la región, resulta paradójico que existan dos mega obras hidráulicas en el departamento (el dique Cruz del Eje y el dique Pichanas, construidas a mediados del siglo XX), y sin embargo, las familias cruzdelejeñas fueron perdiendo el control y el manejo directo sobre el agua lo que provoca un impacto profundo sobre sus sistemas productivos de subsistencia (Paz y Fleitas, 2019). Al presente, la monopolización del recurso hídrico -así como de la tierra-, es una consecuencia que se vio agravada por el mencionado proceso de avance de la frontera agro-ganadera, y el paraje El Quicho, al igual que varias comunas del noroeste de Córdoba, se encuentran atravesados por dicha transformación (Silveti et. al., 2018). En este marco, las actividades tradicionales de las familias campesinas y sus estrategias de reproducción social (cría de caprinos; actividad forestal y apícola, agricultura en menor medida), son sistemáticamente desplazadas por cultivos que requieren de otros usos del territorio y el agua (Paz, 2019; Mina, 2020).

En definitiva, dadas estas condiciones y en base a la experiencia de trabajo e investigación socio- antropológica en la región (y específicamente en el departamento Cruz del Eje), nos surgen los siguientes interrogantes: *¿cuáles son las variables que nos permiten pensar la implementación de algunas soluciones estratégicas para la región desde las experiencias y conocimientos de los actores sociales claves en el territorio? ¿Cómo pueden diseñarse proyectos de desarrollo turístico orientados a la reactivación del empleo sin reproducir patrones de explotación económica y desigualdad socio-cultural en la región?*

Dadas estas condiciones, el trabajo se organiza en torno a tres objetivos. En primer lugar, presentamos una breve caracterización crítica del turismo en tanto actividad estratégica con posibles potencialidades para el territorio. En segundo lugar, nos focalizamos las maneras en que el MCC viene articulando actores y proyectos para llevar a cabo una estrategia de “turismo comunitario” a partir del dinamismo que significó el descubrimiento de la “terma de El Quicho”. Finalmente, abordamos la propuesta de creación de una reserva campesina y la puesta en marcha de mecanismos interinstitucionales (diplomatura en FTA-UPC, investigadores/as, técnicos/as, guardaparques, financiamiento internacional), acciones concretas (apertura de camino de Parque Nacional Traslasierra-Pinas hacia el norte) y disputas locales (disputas por el control y acceso del chorro de El Quicho en el municipio de Serrezuela).

MARCO TEÓRICO

La Organización Internacional del Trabajo establece que es cada vez más frecuente hablar de desarrollo local basado en el turismo, y son muchos los territorios que están protagonizando procesos de recuperación y expansión económica debido a la evolución que está experimentando este sector (Toselli, 2017). Y más allá de que varios autores advierten que las “condiciones indispensables para hacer del turismo una actividad sostenible” implican una “correcta planificación”, con “la intervención de los actores locales” y respeto por el medio ambiente y la cultura local, reconocemos que esta “industria sin chimeneas” (tal como se la suele denominar) se encuentra dentro de la lógica de producción/consumo del capitalismo actual, donde se dinamizan ciertos

espacios y circuitos en desmedro de otros, generando una territorialidad que apunta a la funcionalización del espacio con fines económicos, con el riesgo de profundizar la segregación socio-territorial (tanto urbana como rural), amenazar los bienes comunes naturales de la región; conformando determinados lugares en “atractivos locales” (a través de discursos e imágenes fetichistas) que, en la práctica concreta, implican una apropiación del espacio para la producción de valor financiero (Urry 2004; Harvey; 2007; Troncoso, 2013; Trivi, 2018).

Sin desconocer estas referencias, aún puede pensarse el turismo como una “*opción viable de reproducción social para sectores oprimidos de nuestra sociedad*” (Belli y Slabutsky, 2012: 7). Por ello, resulta necesario objetivar las trayectorias históricas junto a las relaciones de poder y mediación entre diversos agentes, para evaluar los efectos que puede generar en los territorios, las representaciones, sentidos, incluso la convergencia – no sin tensiones- respecto al “universo” de lo patrimonializable y lo comercializable (Espoz, 2016).

En la provincia de Córdoba encontramos el Plan Estratégico de Turismo Sustentable (PETS 2020), que resulta la actualización del PETS 2006 y 2017 y cuyo objetivo es “impulsar el proceso orientador de acciones estratégicas generadas a partir de la participación y el consenso de los actores del sector, para fortalecer el desarrollo turístico equilibrado de la provincia como un destino turístico sustentable, competitivo y de calidad” (PETS 2017: 5). El ámbito territorial que alcanza el Plan es el de las denominadas “Regiones Turísticas” conformadas/ asociadas en función de su proximidad geográfica, identidad cultural y “potencialidad turística”. Sin embargo, y de acuerdo a lo reconocido por especialistas de la provincia de Córdoba (Buscos Cara 2001; Ávila y Barrado, 2005), la actividad turística se ha desarrollado con marcadas desigualdades entre las diferentes regiones, existiendo una notable polaridad por diferentes circunstancias.

METODOLOGÍA

En la ponencia proponemos un enfoque cualitativo y la producción de datos a partir de la realización de talleres en la Escuela Campesina de El Quicho durante el año 2023. A partir de esta actividad realizamos observaciones, notas de campo y tomamos fotografías de un recorrido sectorial que pretende convertirse en reserva comunitaria con fines turísticos. A la par, utilizamos documentos oficiales, fuentes periodísticas y antecedentes en la temática. En definitiva, con una perspectiva diacrónica y etnográfica, se intentará evidenciar dos procesos complementarios: la construcción histórica y local de estrategias de organización colectiva a partir del MCC, y la posible reconfiguración de sus prácticas socio-económicas a partir del desarrollo del turismo comunitario en el paraje El Quicho, Serrezuela.

DISCUSIONES Y CONCLUSIONES: ¿TURISMO RURAL COMUNITARIO Y DESARROLLO LOCAL?

El “turismo comunitario” aparece como una modalidad que busca motivar la participación de las comunidades locales en el desarrollo socio-económico y el bienestar de sus pobladores y territorios. Pero esta pretensión por momentos idealizada no quita tensiones, obstáculos y dificultades estructurales (Mancini y Pérez Winter, 2017). En esta línea, el desarrollo del trabajo nos conduce a tres argumentos: en primer término, resulta indispensable comprender las repercusiones particulares y diferenciadas del avance de la frontera agroganadera en el noroeste cordobés en relación a las prácticas y representaciones involucradas de los grupos y sujetos no hegemónicos; en segundo lugar,

repensar la construcción de la estrategia del MCC en base al turismo comunitario y las formas políticas a partir de comprenderlas como estrategia productiva y reproductiva de las familias campesinas y su entorno natural cada vez más acorralado; y en tercer lugar, la importancia de la construcción de la reserva campesina como asiento del esquema comunitario de turismo y la emergencia de lógicas de conservación singulares o diferenciales en la región (sumado a la implementación de ley de bosques y de parques nacionales).

BIBLIOGRAFÍA

Ávila, R. y Barrado, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión, *Cuadernos de Turismo*, (15): 27-43.

Belli, E. y R. Slabutsky (2012). *Agroturismo cultural y desarrollo sostenible*. Universidad Nacional de Jujuy. "Introducción", pp. 7-22.

Bustos Cara, R. (2001). Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores territoriales. En: *Aportes y Transferencias*, 5 (1), 11-28.

Espoz, M. B. (2016) Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural, *CHASQUI* 133: 317-334.

Harvey, D. (2007). *Urbanismo y desigualdad social*. Siglo Veintiuno.

Mancini, C. y Perez Winter, C. (2017) El patrimonio cultural en tiempos de turismo comunitario: relecturas, tensiones y reformulaciones. *Revista de Turismo e Identidad* V.2, n.2, pp. 67-99.

Ministerio de Ambiente, y Desarrollo Sostenible (MAyDS) (2020). Causas e impactos de la deforestación de los bosques nativos de Argentina y propuestas de desarrollo alternativas.

Mina, R. y Quevedo, C. (2023). Turismo comunitario y disputas locales en "el chorro" de El Quicho: el correlato espacial de la pandemia Covid-19. En: Valinotti, Florencia *et al.* *Capitalismo, Estado y conflictividad en la Provincia de Córdoba*. Río Cuarto: UNIRío Editora. En prensa.

Paz, M. (2019). Sobre la multilinearidad de la economía campesina: repertorio de actividades y tensiones. *Trabajo y Sociedad*, 32: 177-201.

----- (2020) Cambios en el Mundo Rural: Estrategias Defensivas y Resistencia Locales. *Avá*; 35: 237-260.

Paz, M. & Fleitas, K. (2019). Del líquido vital: entre la escasez y el valor de uso en la reproducción social campesina. Cruz del Eje, Córdoba. *Mundo Agrario*, 20(44).

Plan Estratégico de Turismo Sustentable (PETS). Gobierno de la provincia de Córdoba. Disponible en: (<https://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2019/07/PETS2020.pdf>)

Salizzi, E. (2017) El avance de la frontera agraria moderna sobre el Norte Cordobés. El caso de los departamentos Río Seco, Sobremonte y Tulumba (1990-2015). Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título Doctor en Geografía de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.

Sosa Varrotti, A.; Ramírez, D. y Serpe, P. (2022). Land Grabbing and agribusiness in Argentina: five critical dimensions for analyzing corporate strategies and its impacts over unequal actors, *Review of Agricultural, Food and Environmental Studies*, 103:417–437.

Toselli, C. (2017). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina, *Pasos* 17 (2):343-361.

Trivi, N. (2018) Turismo, migración de amenidad y expansión urbana privatizada en el Valle del Conlara (San Luis, Argentina), *Revista Huellas* (22): 11 -33.

Troncoso, C. (2013). “Postales hechas realidad: la construcción de la mirada del turista y las imágenes que promocionan la Quebrada de Humahuaca”. En: Lois, C.; Hollman, V. (coord.) *Geografía y cultura visual. Los usos de las imágenes en las reflexiones sobre el espacio*. Prohistoria Ediciones.

Urry, J. (2004). *La mirada del turista*. Universidad de San Martín de Porres.

Mesa de Trabajo N°9: Conflictos socioterritoriales vinculados al turismo

TURISMO COMO INSTRUMENTO DE PRODUCCIÓN Y (RE) PRODUCCIÓN DE TRANSFORMACIONES TERRITORIALES

Suárez Silvana Reneé, Rodríguez Daniela, Merli Carolina, Karlau Alejandro.
Instituto Patagónico de Estudios de Humanidades y Ciencias Sociales, CONICET, Universidad Nacional del Comahue

INTRODUCCIÓN

Este trabajo es una presentación general de la actual investigación que desarrollamos denominada Políticas y Transformaciones Sociales en Territorios Turísticos de la Provincia del Neuquén. La misma es una continuidad del trabajo anterior denominado Transformaciones Territoriales y Relaciones Interétnicas en el Desarrollo Turístico de la Patagonia Norte. El objetivo general que sostiene a la investigación es analizar las transformaciones sociales asociadas a las políticas públicas que configuran los territorios turísticos de la provincia del Neuquén.

A partir de esto, en este caso particular, abordaremos las transformaciones territoriales a partir de la inserción del turismo en espacios rurales y urbanos e interculturales a la vez de analizar la relación entre el turismo con otras actividades económicas en el proceso de desarrollo territorial.

El trabajo se sitúa en diferentes territorios turísticos inscriptos en el espacio cordillerano, como son San Martín de los Andes, Villa Pehuenia, Aluminé, y Villa La Angostura; y el vallenato, que incluye la ciudad de Neuquén El Chañar, Centenario y Vista Alegre.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

En el capitalismo contemporáneo surgen nuevas dinámicas de explotación de los recursos naturales y culturales, entre los cuales el turismo se manifiesta como un fenómeno que es parte de ellas en una compleja relación entre la sociedad y la naturaleza. En el mismo sentido, desde un paradigma crítico, considera a la actividad turística como un hecho social que se materializa en territorios complejos, constituyéndose en un campo social conflictivo, en la medida en que desarrollan posiciones dominantes y dominadas, en especial en contextos de diversidad cultural.

En las últimas décadas, en la provincia de Neuquén se expresan conflictos por el acceso, uso y usufructo del territorio que tienen en común la consolidación de desigualdades socio-territoriales (Mançano Fernández, 2005) y dinámicas de exclusión a partir del avance de una matriz extractivista (Gudynas, 2009; Svampa, 2014). En la práctica, el modelo extractivista ha significado la apropiación de las riquezas naturales de las regiones poseedoras de estas, en un proceso de “acumulación por desposesión” (Harvey, 1998, 2004). Esto ha provocado expulsiones con el despojo de poblaciones hacia los centros urbanos, la reconversión de derechos de propiedad comunal, colectiva o estatal en propiedad privada, cambios en las actividades económicas, tensiones, disputas de población indígena con el Estado, entre otras disputas territorializadas y focalizadas entre diversos actores y el Estado. En los conflictos por el territorio se expresan la multiplicación de territorialidades que configuran los mismos (Haesbeart, 2004, 2014,

2021) y la colisión de diversas lógicas de “desarrollo”. Así como la emergencia de otras territorialidades que se constituyen al calor de esta tensión en procesos de resistencia y re-existencias (Porto Goncalvez, 2002, 2010).

Específicamente, la provincia del Neuquén se transforma en un importante lugar turístico y en consecuencia la naturaleza, el paisaje y el acceso al mismo, se convierten en un recurso económico (Rodríguez, Cadiz, 2021). El turismo aparece como una actividad emergente, alternativa, estacional, que involucra a diversos sectores sociales y dinamiza la economía en centros urbanos en las diferentes localidades que integran este estudio.

La actividad hidrocarburífera adquiere centralidad en la matriz productiva de la provincia del Neuquén a partir de las decisiones políticas implementadas para su desarrollo, y produce otras territorialidades ancladas en la representación del circuito del capital transnacional en clave de un espacio corporativo centrada en el valle inferior de los ríos Limay y Neuquén. Estas fuerzas hegemónicas que ejercen los actores sociales extraterritoriales que juegan mediante normas, discursos y acciones en el campo de la política local, transforman el territorio y las prácticas. (Massey, 2012; Suárez, Impemba, Rodríguez, 2017; Alonso y Trpin, 2018). En perspectiva del avance del modelo extractivista el turismo asoma con un modo de objetivación diferente al turismo vacacional, denominado turismo corporativo, de negocios o por razones de trabajo. El extractivismo se visibiliza en la explotación intensiva de la naturaleza, dirigida a la exportación de materias primas a la vez de constituirse en un eje que organiza el conjunto de las estructuras socioeconómicas y de poder. Ese poder también se expresa en las relaciones de género en los circuitos laborales del turismo corporativo, especialmente en el servicio hotelero del área valletana, donde existe, históricamente, una predominancia de mujeres en la realización de las tareas asociadas a los servicios de atención a huéspedes. La incorporación de la mujer al trabajo productivo, transforma sus prácticas cotidianas, sus modos de vincularse con el mundo. Como sostiene Ulloa (2016) los diversos extractivismos, agrava las desigualdades sociales, económicas, culturales, laborales, políticas; produce cambios en los territorios y en las visiones territoriales locales, afectando las condiciones de vida de los/las sujetos.

En tensión a lo expuesto se manifiesta una consolidación del turismo en el área cordillerana, en los Departamentos Los Lagos (Villa La Angostura), Departamento Lacar (San Martín de los Andes y Junín de los Andes) y Departamento Aluminé (Aluminé y Villa Pehuenia). Esta predominancia, construida por el modelo neuquino en el siglo pasado, cobró protagonismo de la mano de actores privados, locales y extralocales e incidió en los modos de vida de la población local y las concepciones y sentidos del territorio. “Esta lógica turística propia del sistema capitalista bajo el actual modelo neoliberal se puede abordar desde la concepción de turismo extractivista a fin de comprender las problemáticas y conflictos que esta actividad genera no de manera aislada sino como resultado de un modo de desarrollo” (Rodríguez, Merlos 2020 pág. 43).

En ambas situaciones, las territorialidades, generan transformaciones vinculadas al turismo e indisolubles de la política y de lo relacional. Convergen en el territorio, una multiplicidad de dimensiones conformadas por las prácticas y relaciones sociales que se materializan en él mediante un proceso de producción y (re) producción, en el cual el turismo forma parte. (Massey, 2008).

En este sentido interesa incorporar la noción de poder como articuladora entre el territorio y las políticas. Se entiende al poder como un eje organizador de los territorios, materializado por las políticas públicas que direccionan el desarrollo. También el poder, en sentido amplio y trascendiendo la dimensión de lo público y partidario, se ejerce desde otros ámbitos de intervención desde los colectivos sociales. En ellos se reconocen espacios de luchas y resistencias, interpelando el orden establecido. Y también como

espacios de re-existencias, apropiaciones, y prácticas de negociaciones y co-construcción de poder.

METODOLOGÍA

La estrategia metodológica propuesta se sustenta en un enfoque cualitativo, con el propósito de visibilizar las estructuras conceptuales complejas que emergen en los discursos y prácticas de los residentes y las transformaciones que se producen en los territorios dónde se materializa el turismo.

La aplicación de esta metodología está sostenida en la flexibilidad y en la posibilidad de introducción de modificaciones a lo largo de la investigación, incorporando en el estudio las condiciones históricas estructurales y coyunturales, que atraviesan a los territorios - concretamente a los vinculados con el turismo-.

El tipo de muestreo es teórico donde el número de unidades de análisis no está predeterminado, sino que lo establece la saturación de datos por la repetición de la información en la aplicación de las técnicas de recolección de datos. Este tipo de muestreo es un proceso de recolección de datos que permite generar una teoría donde el investigador selecciona y analiza la información, decide qué información escoger luego y dónde encontrarla para desarrollar la teoría tal como surge.

La muestra a utilizar es intencional, se propone indagar: actores locales referentes en el desarrollo del turismo de la región así como datos secundarios de relevancia.

Los instrumentos utilizados para el acercamiento al objeto de estudio son las entrevistas, la observación participante, talleres participativos y análisis bibliográfico y documental.

DISCUSIONES / CONCLUSIONES PRELIMINARES

Son diversos los actores sociales que intervienen en forma directa e indirecta en el hecho turístico (tanto públicos como privados o diferentes organizaciones comunitarias). La disputa en la apropiación de un territorio, convertido en paisaje turístico y el atractivo en un recurso. Un territorio complejo sobre el que se construye la distribución de las posiciones de los capitales sociales, económicos y culturales en juego.

El turismo es un proceso sociocultural, que no remite exclusivamente a un espacio físico. Sobre la base de las ciencias sociales y de una geografía humana, es abordado y contextualizado históricamente, siendo indisociable del marco político que lo condiciona, contiene y le da sentido. El turismo es un proceso sociocultural y político, como consecuencia de su contextualización significativa y social; es el resultado de un tiempo y espacio que lo determinan. Este espacio es resultado de relaciones sociales, una trama compleja de redes, prácticas e intercambios, de vínculos colmados de poder. En este sentido, aparece la dimensión de la multiplicidad de los territorios, donde sus características e identidades son productos de relaciones dentro de un espacio más amplio. Una multiplicidad de entidades con sus propias trayectorias (Massey, 2007).

Históricamente ha prevalecido una visión del turismo como instrumento de desarrollo desde una perspectiva principalmente económica asociada a la idea del progreso lineal, proveedor de bienestar material y mejores condiciones de vida para la población residente de una localidad, región y/o provincia.

En este contexto y muy especialmente a partir de la década de los '90, la participación del Estado en el desarrollo de la actividad turística se limitó a reproducir factores de atraktividad hacia el capital, fijando una política cambiaria y el montaje "de un clima de negocios amigable", que atrajera inversiones mayoritariamente foráneas. (Impemba, Suárez y Karlau, 2021). Un desarrollo que contradictoriamente, muestra su verdadero

rostro con el aumento de los niveles de pobreza y desocupación en las amplias zonas marginales de las localidades con turismo, sosteniendo y reforzando las relaciones de poder que han fomentado la concentración económica y una producción centralizada a gran escala, en contra de una descentralización de la producción a escala local (Manzanal, 2010).

El contexto de pandemia (2020-2021 principalmente) visibilizó las profundas desigualdades, resultados de un modelo de desarrollo extractivista, que como sostienen Svampa y Viale (2014) constituye un patrón de acumulación sustentado en la sobreexplotación de los recursos naturales. Estableciendo una analogía con el territorio nacional, regional y/o provincial, estas desigualdades y concentraciones de la riqueza y territoriales también se expresan en el turismo. En situaciones asimétricas, representa un mecanismo de “recolonización”. Una nueva dominación a partir de la apropiación, consumo de la cultura, imposición de pautas económicas y culturales exógenas. En contraposición, la inserción de poblaciones *mapuce* en diversas experiencias y emprendimientos turísticos, constituye además de una alternativa económica de autogestión, también en forma vinculante, representa una estrategia para enfrentar la expansión turística, un factor de visibilización y de reivindicación territorial.

Las experiencias estudiadas en las comunidades *mapuce* en la cordillera neuquina dan cuenta que, a diferencia de los centros turísticos consolidados, que han sido diseñados y planificados de acuerdo a las características y necesidades de los turistas, aquellos emprendimientos familiares y/o comunitarios se basan en el cuidado y el resguardo por el ambiente y los recursos (bosque, cerros, lagos, ríos), así como la identidad y la historia del territorio. En definitiva, la actividad también se constituye en un factor de visibilización para los grupos de pobladores que se insertan en la trama del turismo (Rodríguez, 2018).

La relación entre el turismo y otras actividades económicas en el desarrollo territorial, está marcada por la dependencia de intereses transnacionales, la expansión de la frontera hidrocarburífera y la frontera urbana que ejercen presión sobre las áreas naturales y rurales. En las chacras productivas, resisten al avance del negocio inmobiliario que implica la venta y loteo de las tierras productivas. Como una de las estrategias de sostener la producción y elaboración de sus productos, se piensa en la actividad turística como instrumento para diversificar su economía y fortalecer la producción local. Se puede analizar el espacio urbano, en este caso la ciudad de Neuquén, su configuración a partir del inicio del siglo, con las características propias de una ciudad con fragmentación social, cristalizada en la morfología y en el proceso de gentrificación materializado en la dinámica urbana: la (re) producción de las desigualdades sociales y el desarrollo del negocio inmobiliario, como resultado del crecimiento de la explotación hidrocarburífera en sus alrededores y del turismo como actividad relativamente nueva que se incorpora a la matriz económica.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, G y Trpin, V (2018) Territorios y cuerpos en el norte de la Patagonia: desafíos teóricos y metodológicos en tiempos de extractivismo, *Revista de Estudios Marítimos y Sociales* [En línea], publicado el 27 de julio de 2018, consultado el 13 de julio del 2020. URL: <https://estudiosmaritimossociales.org/archivo/remss-13/dossier-alonso-trpin/>

- Gudynas, E. (2009) Diez tesis urgentes sobre el nuevo extractivismo: contextos y demandas bajo el progresismo sudamericano actual. EN: CAAP y CLAES y Fundación Rosa Luxemburgo (Eds.). *Extractivismo, Política y Sociedad* (pp. 187-225). Quito
- Harvey, D. (1998) La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural. Amorrortu Editores, Buenos Aires.
- Harvey, D. (2004). El "nuevo" imperialismo: acumulación por desposesión. En Socialist Register (2004) *El nuevo desafío imperial*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: enero 2005. 987-1183-10-0
- Haesbaert, R. (2004). *O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” a multiterritorialidade*. Río de Janeiro. Bertrand Brasil.
- Haesbaert, R. (2013) Del mito de la desterritorialización a la multiterritorialidad. *Cultura y Representaciones Sociales*, 8(15), 9-42. Disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/crs/article/view/41590/37807>
- Haesbaert (2021) Território e descolonialidade: sobre o giro (multi)territorial/de(s)colonial na “América Latina”. Buenos Aires: CLACSO) ISBN 978-987-722-832-8
- Maçano Fernandes, B. (2005) “Movimientos socio – territoriales y movimientos socio - espaciales”. Observatorio Social de América Latina N°16. CLACSO, Buenos Aires.
- Massey, D. (2008) Pelo espaço. Uma nova política da espacialidade. Bertrand Brasil: Río de Janeiro.
- Porto-Gonçalves, C. (2002) Da geografia ás geo-grafias: um mundo em busca de novas territorialidades. EN: Ceceña, A. E. y Sader, E. (Coord.) La guerra infinita. Hegemonía y terror mundial. Buenos Aires, CLACSO.
- Porto-Gonçalves, C. (2010) Territorialidades y lucha por el territorio en América Latina: Geografía de los movimientos sociales en América Latina. Caracas: IVIC.
- Rodríguez, M.& Merlos, M. (2020). Estrategias territoriales en la norpatagonia andina en un contexto de desigualdades. *Boletín geográfico*, 42 (2), 35-56
- Rodríguez, M. D.; Cadiz, A (2021) El turismo en la región de Los Lagos: experiencias del Pueblo Mapuce y reflexiones en el contexto de la pandemia. Revista Huellas. Instituto de Geografía de la Facultad de Ciencias Humanas. UNLPam. La Pampa, Argentina. (En prensa)
- Suárez, S; Impemba, M; Rodríguez, M. D;et al (2017) (Comp.) *Turismo y procesos de territorialización en la cordillera neuquina*. PubliFadecs. Río Negro.
- Svampa, M. (2014) ¿Territorios vacíos o territorios en disputa? En Bertinat, P. D’elia, Eduardo, Observatorio Petrolero Sur; Ochandio, R., Svampa, M. y Viale, E. 20 mitos y realidades del fracking. Ed. El Colectivo, Buenos Aires.
- Ullo, A (2016) Feminismos territoriales en América Latina: defensas de la vida frente a los extractivismos. NÓMADAS 45. Universidad Central - Colombia

Mesa de Trabajo N°9: Conflictos socioterritoriales vinculados al turismo

ABRIENDO CAMINOS Y RESCATANDO COMUNES: PRODUCTIVIDAD POLÍTICA DEL CONFLICTO EN TORNO A LA APROPIACIÓN TURÍSTICA DE PLAYA Y RESERVA EN CHAPADMALAL

Cacciutto Mariangel.

Grupo de Investigación Turismo y Sociedad, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata

INTRODUCCIÓN

La presente ponencia se desprende del trabajo de tesis doctoral referido a conflictos por la conjunción turismo/desarrollo inmobiliario en la localidad de Chapadmalal, asentamiento de rango menor ubicado al sur del Partido de General Pueyrredon, en el litoral sudeste de la Costa Atlántica Bonaerense (CAB), donde las actividades de índole rural se combinan con la prestación de servicios asociados al turismo y la recreación. Por otro lado, cabe destacar que los asentamientos de rango menor constituyen áreas de sociabilidad, más o menos intensa según los vínculos de proximidad y son también lugares donde se construyen las representaciones ciudadanas (Pagès y Péliissier, 2000, como se cita en Jacinto, 2012).

En esta localidad existen prácticas de apropiación del espacio público por parte de las empresas concesionarias de balnearios, al transgredir la normativa municipal que regula su uso. Esto trae como consecuencia la restricción en el acceso, uso y disfrute del espacio de playa (Cicalese, 2005); algunos investigadores se refieren a este proceso como neoexclusividad turística (Hernández, 2010).

Actualmente, Chapadmalal se encuentra atravesada por un proceso acelerado de transformaciones relacionadas con el modelo de expansión inmobiliaria/turística que presenta su correlato en las tensiones que se generan a partir de visiones antagónicas acerca de las implicancias del desarrollo en el territorio que poseen vecinos, estado y emprendedores privados (Cacciutto, Roldán y Corbo, 2022).

La caracterización anterior se realiza en tanto el presente análisis considera el atravesamiento territorial de los conflictos mencionados. En este sentido, se rescata el marco metodológico de Melé (2016) para analizar la productividad social de los conflictos de proximidad, a partir de tres entradas: política, jurídica y territorial. En esta ocasión, el trabajo hace foco en la dimensión política, por lo que el análisis referirá a cómo los vecinos se organizan y coordinan en torno a lo que definen como conflicto, qué sentidos le otorgan a la participación y cuáles son los argumentos que justifican sus demandas. A su vez, se tendrá en cuenta la influencia de la acción colectiva barrial en la gestión de las Unidades Turísticas Fiscales por parte del Ente Municipal de Turismo.

Se trata entonces del estudio de disputas espacialmente localizadas que expresan contradicciones entre el espacio económico y el espacio vital (Merlinsky, 2015) con el lente del análisis puesto en su potencialidad para transformar las condiciones en las que se desenvuelve la práctica social (Merlinsky, 2020). El caso seleccionado da cuenta de la actualidad de los acontecimientos, y de la posibilidad de un análisis que siga al conflicto

y a los actores intervinientes -sus acciones/interacciones y discursos- “mientras suceden”. De este modo, la investigación que sustenta esta ponencia se enmarca en las Sociologías Pragmático Pragmatistas (SPP), las cuales emergen a partir del agotamiento de los paradigmas sociológicos tradicionales para el estudio de determinados fenómenos sociales.

A partir del análisis, se pretende aportar al incipiente cuerpo de estudios acerca de conflictos socioambientales en la CAB y las características de la acción colectiva en este espacio. Finalmente, y respecto de los estudios en el campo del turismo, se busca contribuir a generar conocimiento al sector de estudios vinculado al análisis de los residentes y los conflictos que genera la apropiación turística/inmobiliaria en los territorios, desde un enfoque pragmático, escasamente empleado en este campo.

MARCO TEÓRICO

Se recupera la propuesta de Melé (2016) quien plantea un desplazamiento a partir de apartarse de los marcos de análisis tradicionales con los cuales se abordan los conflictos denominados “de proximidad”, es decir, aquellos que implican una movilización de residentes para mantener el control de su espacio cercano (p. 6-7). Este enfoque permite estudiar el lugar que ocupan los conflictos en las relaciones entre residentes y la acción pública, como en las relaciones entre los habitantes y el espacio próximo, pasando por un examen pragmático de lo que producen (Melé, 2016). En este sentido, plantea tres dimensiones para analizar la productividad social: la territorial, la jurídica y la política.

En esta ponencia se hará foco en el análisis de la productividad política, que alude a la capacidad que tienen los conflictos, aún si no logran transformaciones sociales relevantes, de construir actores políticos colectivos más o menos conectados con otros grupos, y de modificar el vínculo entre los habitantes y la política. Desde esta perspectiva, los conflictos urbanos pueden concebirse a partir de su capacidad para reivindicar un ejercicio de la ciudadanía “más completa que la de aquellos habitantes que simplemente votan, una ciudadanía preocupada del porvenir del espacio del barrio o de los espacios públicos como bien común” (p. 21), en definitiva “una ciudadanía definida por su capacidad de constituirse en sujeto político” (Dagnino, 2004, como se cita en Melé, 2016, p. 21).

METODOLOGÍA

La investigación que sustenta la ponencia se realiza con un abordaje cualitativo. Esta primera aproximación parte de la realización de entrevistas semiestructuradas a vecinos integrantes de asambleas ciudadanas y otros espacios de la asociatividad barrial para reconstruir momentos de la acción colectiva en los últimos quince años que devinieron en la conformación asamblearia actual, siendo la asamblea Luna Roja su principal exponente; a su vez, se han realizado entrevistas a referentes del estado local.

Por otro lado, se recurrió al análisis de contenido cualitativo de diversas fuentes, a saber: instrumentos de política pública vinculados al conflicto (planificación territorial, ordenanzas y proyectos de ordenanza a nivel local, y leyes nacionales y provinciales) y gacetillas de prensa del gobierno; material periodístico y video documental; documentos generados por las asambleas (peticiones, denuncias, proyectos de ordenanzas) y contenido en redes sociales. Los datos se procesaron en forma manual a partir de la confección de una matriz de análisis.

DISCUSIÓN

Se parte de un episodio que catalizó la acción colectiva vecinal reciente y a partir del cual se conformó la asamblea ciudadana Luna Roja que es la que mayor perdurabilidad posee en la zona en lo que respecta a este tipo de conflictos. Este conflicto se activó en diciembre de 2019, cuando el concesionario del balneario Luna Roja destruyó con una máquina topadora un memorial de la última dictadura cívica militar situado en la entrada del balneario, con el objetivo de construir un estacionamiento a cielo abierto. A partir de entonces, los vecinos, que ya venían denunciando algunas irregularidades en la concesión, se organizaron en asamblea (X, 2023a).

Luna Roja comenzó asambleando en enero de 2020 en el espacio público del balneario homónimo, con presencia de vecinos que poseían tradición asamblearia más o menos reciente, aunque también de habitantes permanentes y temporarios y turistas que no poseían tradición asamblearia pero que se vieron interpelados a partir de la activación del conflicto. Desde el año 2021, asamblean en un espacio de la Reserva Forestal y Turística Paseo Costanero Sur que fue recuperado a la concesión de la unidad turística fiscal Arroyo Lobería para su uso público.

Acerca del sentido que le otorgan a la participación, uno de los entrevistados plantea que las asambleas emergieron “ante la crisis de representación y la disfuncionalidad de la arquitectura vieja de la sociedad” porque “ni las cooperadoras ni las asociaciones vecinales de fomento tienen los instrumentos a través de los cuales la comunidad en la actualidad pueda abordar los verdaderos problemas que estamos viviendo”.

Para los entrevistados, las asambleas ciudadanas tienen que ver con la construcción de un pensamiento colectivo que permita abordar la complejidad de los conflictos “que sea la suma del aporte de las distintas perspectivas, distintos cuerpos pensando y sintiendo lo que está pasando”. A su vez, emerge la dimensión de afectividad inherente a la participación en este tipo particular de espacio: “una de las primeras cosas que tiene una asamblea ciudadana es priorizarnos las personas a los objetivos, están primero los vínculos, entonces ese respeto que tenemos hacia la diversidad y hacia lo plural (...) es una verdadera capacitación el mantenerse, la presencia, estar y no irse cuando no se está de acuerdo”.

Los argumentos que justifican las demandas de los actores que integran la asamblea en referencia al conflicto por la privatización del espacio público de playa y reserva se recogen de los documentos de las acciones legales que emprenden, de las redes sociales y del cuerpo de noticias periodísticas referidas a los conflictos en cuestión. Estos argumentos tienen que ver con la salvaguarda ambiental y el acceso igualitario a la playa y al espacio de reserva municipal entendidas como bienes comunes, al igual que los elementos naturales y culturales que allí se emplazan. Otros argumentos refieren a la ausencia de consulta ciudadana como consecuencia de una crisis de representatividad.

A su vez, refieren a la ausencia de control municipal, y en este sentido aluden al rol de contralor que debería ejercer el Ente Municipal de Turismo: “las pocas playas que existen en esta zona poseen concesiones y no presentan ningún tipo de control municipal, invisibilizando todos los incumplimientos legales”. Esto se condice con lo planteado en Ouviaña (2008) quien define al estado como el antagonista político de las asambleas ciudadanas. De este modo, y al igual que lo que emerge en otros estudios que analizan conflictos en el campo del turismo (Milano y Mansilla López, 2018; Cruz, 2020), en este caso el antagonista no es el turista, sino el vínculo estado-sector privado.

Otra forma de justificar las demandas realizadas al concesionario es la discriminación por clase social, al respecto un entrevistado plantea “Muchas familias niegan ser discriminadas, cuando una norma discrimina por condición social eso lo naturalizan como un ejercicio normal del comercio”. En este sentido, la asamblea ha confeccionado denuncias por discriminación presentadas ante el organismo estatal competente. A su vez, esto se acompaña de contenido crítico en redes sociales que busca “desnaturalizar” el paisaje de playa privatizado por parte de la sociedad local. Cabe destacar que la problemática de la naturalización del paisaje privatizado también emerge en la investigación de Cruz (2020) enfocada en asambleas ciudadanas de barrios del sur de Mar del Plata. Nota al evaluador: la referencia al estado local será incorporada en ponencia completa.

REFLEXIONES FINALES

La productividad política del conflicto por la apropiación privada del espacio público de playa y reserva en Chapadmalal tiene su expresión en la conformación de asambleas ciudadanas que “lenta y artesanalmente” (al decir de uno de los entrevistados) van perfeccionando su capacidad organizativa y su acción colectiva. En este sentido, la asamblea Luna Roja tomó la experiencia de asambleas previas y en la actualidad su acción colectiva ha permitido activar conflictos que se encontraban latentes desde hace treinta años (caso acceso público a la UTF Arroyo Lobería, concesionada en 1994).

Esta ponencia constituye una de las primeras aproximaciones a un trabajo de investigación que pretende seguir a los actores que intervienen en los conflictos por la implantación del turismo en Chapadmalal. En este sentido, tal como se ha planteado en una publicación previa, los actores que integran las asambleas participan en otras instancias de la política vecinal autónoma, tales como el Foro Social de Chapadmalal (Cacciutto, 2023a) o la asamblea de vecinos en contra del desembarco de fiestas electrónicas en los balnearios en temporada (Cacciutto, 2023b).

Esto da cuenta de la permanente emergencia de colectivos que se van creando y recreando (activando y reactivando) en el curso de la acción política barrial y ante la emergencia (y re emergencia) de conflictos, atravesados por diversas temporalidades, principalmente el tiempo de alta temporada (diciembre-marzo), el tiempo durante el año y el tiempo que antecede a la alta temporada. Todo esto se va develando en el trabajo de campo, a partir del ejercicio de apertura indeterminación de las experiencias situadas de asociación entre actores (Cefaï, 2011). Esta perspectiva implica aceptar, con Latour (2008, p. 55) que “el investigador está siempre una vuelta reflexiva por detrás de aquellos que estudia”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cacciutto, M. (2023a). Territorios en punto de inflexión: Sentidos y prácticas locales acerca del desarrollo turístico en Chapadmalal (Costa Atlántica Bonaerense). *Revista Ayana* (3), 2, en edición.

Cacciutto, M. (2023b). Conflictos en torno a nuevos usos recreativos en la Reserva Forestal y Turística Paseo Costanero Sur (Chapadmalal). Comunicación presentada en III Congreso Iberoamericano de Gestión Integrada de Áreas Litorales, Mar del Plata [ARG], 24-28 de mayo.

- Cacciutto, M., Roldán, N. G. y Corbo, Y. A. (2022). Imágenes y conflictos asociados a Chapadmalal (Argentina) como destino turístico post pandemia. Comunicación presentada en ATLAS Latin America Conference, Bogotá [COL], 17-18 de Noviembre. ISBN 978-94-93064-10-2.
- Cefaï, D. (2011). Diez propuestas para el estudio de las movilizaciones colectivas. De la experiencia al compromiso. *Revista de Sociología* (26), 137-166.
- Cicalese, G. (2005). Territorios críticos y propiedad privada de recursos turísticos valiosos. Las playas privadas del sur de Mar del Plata, 1991-2005. Comunicación presentada en Taller Internacional "Desplazamientos, Contactos, Lugares. La Experiencia de la Movilidad y la Construcción de Otras Geografías", Buenos Aires [ARG], 11-13 mayo.
- Cruz, Gonzalo (2020). Movilización social y turismo: el conflicto por la privatización del espacio costero en la ciudad de Mar del Plata, Argentina. *Dimensiones Turísticas*, 4(7), 29-62. ISSN 2594-2069.
- Hernández, F. (2010). La neoexclusividad turística en el litoral marítimo bonaerense: nuevas prácticas, nuevos escenarios, nuevos paisajes. En *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*. Universidad Nacional de La Plata.
- Jacinto, G. (2012). Vínculos urbano-rurales y construcción de nuevas territorialidades en asentamientos de rango menor. *Mundo Agrario*, 12(24), 00-00.
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social. Una teoría del actor-red*. Buenos Aires. Ed. Manantial.
- Mantero, J. C. (2006). Urbanización y balnearización del litoral atlántico. En F. I Isla y C. A Lasta (Eds.) *Manual de manejo costero para la Provincia de Buenos Aires* (pp. 167-204). Mar del Plata: EUDEM.
- Melé, P. (2016) ¿Qué producen los conflictos urbanos? I. F. Carrión y J. Erazo (coords.) *El derecho a la ciudad en América Latina, Visiones desde la política*. México: UNAM, p.127-158. Versión de autor.
- Merlinsky, M. G. (2020). La productividad de los conflictos ambientales y su aporte para la innovación social. *Agrociencia* (Uruguay), 24. 1-12.
- Merlinsky, M. G. (2015). Una sociología reflexiva para el análisis de los conflictos ambientales: notas teórico-metodológicas en torno a dos estudios de caso. *Revista Debate Público. Reflexión de Trabajo Social*, 5 (10). 29-41.
- Milano, C. y Mansilla López, J. A. (2018) Introducción. In C. Milano y J. A. Mansilla (Coords.) *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos*. Barcelona: Pol-len Edicions.
- Ouviña, H. (2008) Las asambleas barriales y la construcción de lo 'público no estatal': la experiencia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En B. Levy y N. Gianatelli (Comps.), *La política en movimiento: identidades y experiencias de organización en América Latina* (pp. 65-102). CLACSO.

MESA DE TRABAJO 10

Modelos de gestión sostenible y regenerativa en empresas y alojamientos turísticos y su triple impacto en los ecosistemas sociales.

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



CONDET



Mesa de Trabajo N°10: Modelos de gestión sostenible y regenerativa en empresas y alojamientos turísticos y su triple impacto en los ecosistemas sociales.

INNOVACIÓN SOCIAL EN ECOSISTEMAS EMPRESARIALES TURÍSTICOS ANALIZADOS CON EL MÉTODO ARS. CASO: SECTOR ALOJAMIENTO PUERTO MADRYN

Marcaida Betiana.

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco

INTRODUCCIÓN

Estudios recientes manifiestan que la innovación en el campo del turismo tiene unas características específicas derivadas de las peculiaridades del sector. En primer lugar, la intangibilidad y creciente contenido en información y, en segundo, la interdependencia entre las empresas turísticas y los recursos gestionados en el destino en el cual se sustentan (Alzua-Sorzabal & Abad- Galzacrta, 2006).

En la actualidad el desarrollo de las empresas está relacionado con la innovación. Importantes instituciones internacionales, organizaciones mundiales, gobiernos y empresas se preocupan por el fomento de la innovación, generándose amplios debates sobre este concepto y su desarrollo. En pleno siglo XXI surge desde estos organismos, entre ellos la Unión Europea, (Echeverría & Merino, 2011) la dimensión social como elemento clave de un nuevo paradigma de la innovación.

Haciendo referencia a las empresas de alojamiento, las mismos han logrado generar innovación mediante certificaciones específicas como las ISO, Certificaciones Ambientales, Ecológicas, entre otras. Esto les ha permitido mejorar sus procesos ahorrando tiempo y costos, como así también generar acciones tendientes al cuidado del medio ambiente, en respuesta a una demanda cada vez más exigente en estos temas. A esto se suman las innovaciones tecnológicas en programas operativos de reservas que facilitan y optimizan tiempos así como las relacionadas con una permanente capacitación de su personal. Sin embargo, es prácticamente inexistente la relación entre innovación social y el sector alojamiento.

Así la Innovación Social (IS) comienza a debatirse cobrando gran importancia en las últimas décadas siendo varios los estudios que se iniciaron sobre el tema (Anderson, Curtis, & Wittig, 2015; Beltrão & Sesousagalvão, 2015; Gazzoli, 2012; Echeverría & Merino, 2011; León, Baptista, & Contreras, 2012; Sanchis & Campos, 2008; Ugarte & Herrera, 2008). Si bien en el contexto turístico la IS se ha investigado poco, empieza a cobrar importancia, en distintos sectores y a distintas escalas (Richer, 2005; Sørensen, 2007; Alzua-Sorzabal & Abad- Galzacrta, 2006; Van der Have, Robert; Rubalcaba, Luis, 2016). De estos estudios se identifica que los ambientes propicios para lograr IS se generan tanto dentro de la empresa (endógeno) como fuera de ella (ecoorganizativo). El origen del ambiente ecoorganizador es la participación e interrelación proactiva entre los actores, es decir entre empresas (con o sin fines de lucro) y entre éstas y las instituciones en un ambiente específico que las contiene. Estas relaciones promueven la cohesión social y territorial, desarrollando sinergias, reforzamiento de la identidad local, implicación de

las instituciones locales en proyectos colectivos, puesta en valor de los bienes patrimoniales, aumento de la equidad y del bienestar social, entre otros (Caravaca, González, & Silva, 2005).

Esta investigación se enfocará en el ambiente externo a las empresas hoteleras y pretende desarrollar un modelo de análisis del ambiente ecoorganizativo del sector a través del estudio de las relaciones establecidas entre los diversos actores y utilizando como caso de estudio al destino turístico Puerto Madryn. Para esto se utilizará una técnica de investigación novedosa en el estudio del turismo, mediante el análisis estructural de las relaciones (Análisis de Redes Sociales, ARS) portando mediante las redes de conocimiento y de cooperación un marco exploratorio para detectar relaciones que hacen al desarrollo de ambientes socialmente innovadores. Además, se complementará con el análisis de la percepción de la demanda sobre el servicio de las empresas, utilizando como constructo la equidad de marca basada en el consumidor (EMBC) medida a través de la calidad percibida y satisfacción del proceso de servucción.

SISTEMA DE OBJETIVOS

Objetivo General:

OG-Analizar el ambiente eco-organizativo de las empresas hoteleras a efectos de comprender la conformación de redes de innovación social y su impacto en las respuestas de los turistas hacia sus marcas.

Objetivos Específicos

OE1-Realizar un análisis estructural y posicional de las relaciones que establecen los actores, identificando el objetivo de la relación y su alcance.

OE2-Analizar el carácter y los resultados de cada una de las relaciones que establecen los actores de acuerdo a la teoría presentada de Innovación social.

OE3-Analizar la función del Líder como impulsor u obstaculizador del fomento de innovaciones sociales en la empresa hotelera.

OE4-Analizar el impacto del ambiente eco-organizativo de las empresas hoteleras en el desempeño de sus marcas a través de las dimensiones calidad percibida y satisfacción.

Marco Teórico y del Posicionamiento Conceptual para abordar el problema.

El marco teórico parte del contexto en el que se origina el término Innovación Social, hace un recorrido por definiciones de diferentes autores, (Anderson, Curtis, & Wittig, 2015; Beltrão & Sesousagalvão, 2015; Gazzoli, 2012; Echeverría & Merino, 2011; León, Baptista, & Contreras, 2012; Sàncnis & Campos, 2008; Ugarte & Herrera, 2008) reflejando los matices que hicieron a su evolución a lo largo de las últimas décadas, para finalizar con la definición adoptada por este trabajo. Luego se describe como se estudia la IS en empresas de servicios, resultado del análisis de la literatura sobre el tema escalas (Anderson, Curtis, & Wittig, 2015; Beltrão & Sesousagalvão, 2015; Gazzoli, 2012; Echeverría & Merino, 2011; León, Baptista, & Contreras, 2012; Sàncnis & Campos, 2008; Ugarte & Herrera, 2008) (Richer, 2005; Sørensen, 2007; Alzua-Sorzabal & Abad- Galzacarta, 2006; Van der Have, Robert; Rubalcaba, Luis, 2016); identificando factores que generan vínculos facilitadores del desarrollo de Innovaciones Sociales en los ambientes externos de la empresa. Estos ambientes se clasifican en auto organizadores

(endógenos) y eco organizadores (exógenos). El presente trabajo se enfoca en el estudio de estos últimos, aplicando la metodología de ARS mencionada, y de los gráficos de la estadística descriptiva, para analizar la estructura, carácter y resultados de las relaciones entre los alojamientos de 3 y 4 * y la red de actores expresada por cada uno de ellos. El marco teórico finaliza con la conceptualización de la percepción del cliente de la equidad de la marca, haciendo hincapié en las dimensiones de la calidad percibida y satisfacción, considerando que las empresas que se desempeñan en ecosistemas de innovación social generan mayor satisfacción del cliente en el proceso de servucción.

METODOLOGÍA

Se utilizaron dos estrategias metodológicas para cumplir con los objetivos específicos (OE) y lograr el objetivo general de la presente tesis. Todas ellas se aplicaron a 9 hoteles de alta categoría (3, 4 o 5 estrellas) de la ciudad de Puerto Madryn.

Para los OE1, OE2 y OE3 se realizó una entrevista personal estructurada, asistida por material impreso, a administradores o propietarios de los alojamientos. Para responder al O4 se realizó la observación estructurada de comentarios de Booking sobre los alojamientos, recuperando las puntuaciones de calidad y de satisfacción realizadas por los clientes.

Los datos obtenidos de las entrevistas personales se analizaron siguiendo la teoría de ARS . Es oportuno resaltar que en el ARS se describen y estudian las estructuras relacionales que surgen cuando diferentes organizaciones o individuos interaccionan, se comunican, coinciden, colaboran etc., a través de diversos procesos o acuerdos, que pueden ser bilaterales o multilaterales; de este modo la estructura que emerge de la interrelación se traduce en la existencia de una red social. Por lo tanto son conjuntos de relaciones sociales o interpersonales que ligan individuos u organizaciones en “grupos”.

Para delimitar la incorporación de actores a la red se utilizó el método de la “bola de nieve”. Este criterio incluye en el análisis a las relaciones que tienen un determinado número de actores escogidos inicialmente (los hoteles) las que van determinando la inclusión de otros actores en el grupo que se pretende analizar. Siguiendo ese criterio, se trabajó con:

Tamaño de la muestra: 9 hoteles (Población objeto de estudio: Hoteles 3* y 4*).

Total de actores identificados en toda la red: 58.

Total de relaciones observadas entre los actores: 197.

En esta tesis se intentó realizar un aporte a la literatura de innovación social en turismo , particularmente en el sector alojamiento. Analizando el ambiente eco-organizativo de las empresas hoteleras para identificar la conformación de redes de innovación social y su impacto en las respuestas de los turistas. Diversas son las conclusiones a las que se arriba. En primer lugar, se concluye que el ambiente eco organizativo de los hoteles 3 *y 4 * de la ciudad de Puerto Madryn, está conformado por el ambiente abstracto que forman sus redes de relaciones en el espacio concreto donde se ubican geográficamente. Esta conformación de redes genera un entorno local con otras empresas, organismos estatales, instituciones como también su inclusión con en redes externas, tejiendo el entramado del sector. Este entramado es, sin lugar a dudas, poco denso, con escasos vínculos generados. El 6% de densidad resultado de toda la red indica que son más significativas las relaciones

potenciales que las consolidadas; con hoteles prácticamente olvidados o apartados de este sistema de relaciones y en general con nexos que responden a sus necesidades propias y particulares. En este contexto pareciera que la IS viene dada por aquellas conexiones que le son propias a cada alojamiento, las que no son compartidas, las que no generan el contacto entre los actores. Por lo tanto, este es un primer indicio de baja IS en el sector estudiado, si se considera que uno de los principales principios de este término es justamente la interconexión de actores y que las alianzas y los procesos de construcción de acuerdos son esenciales para generarla.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Esta tesis realiza varios aportes al sector de las empresas de alojamientos hoteleros de la ciudad de Puerto Madryn. En principio, y el más notable, es evidenciar a través del estudio de la red, la falta de conexión en el sector. Para corregir esta situación se proponen algunas acciones a seguir:

Mejorar y ampliar su red de vínculos, para la comercialización y venta especialmente con actores que tengan apertura geográfica y les permita conectarse a redes ya conformadas y sólidas.

Conectarse a nodos con redes ya consolidadas fuera del ámbito local y provincial. Esto permitiría además llegar a nuevos espacios en donde no se tenga aún injerencia y se desee ingresar. Mediante la apertura de vínculos (base del desarrollo de IS), se puede generar este contacto necesario para, por ejemplo, participar en nuevos mercados de desarrollo turístico o de otra índole. Estas son algunas de las conclusiones a las que se arribo en este estudio.

BIBLIOGRAFÍA

Abril, C., Sánchez-Herrera, J., Gavilán, D., Manzano, R., & Avello, M. (2012). El valor intangible de la innovación de las marcas del distribuidor. Cuadernos De Estudios Empresariales, 22, 83-98. ;

Albertos, J. M. (2011). "Redes socioinstitucionales, estrategias de innovación y desarrollo territorial en España.". Valencia: Universidad de Valencia. ;

Alzua-Sorzabal, A., & Abad- Galzacrta, M. (2006). INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO VASCO. Lurralde, 193-213.

Anderson, T., Curtis, A., & Wittig, C. (2015). Definition and Theory in Social Innovation . ZSI.

Beltrão, C., & Sesousagalvão, E. C. (2015). Inovação Social Além da Tecnologia Social: constructosem discussão. XVIII SEMEAD- Seminário em Administração.

Bigné, S., & Zanfardini, M. (2013). El Valor de la RSC en la equidad de mrcas de destinos Turísticos. Madrid.: Ed. Universitaria Ramón Areces.

Bouchard, M. J., Briand, L., & Klein, J. L. (2016). Base de données sur les études de cas en innovation sociale produites dans le cadre des activités du CRISES. Présentation générale et manuel de codification. Canadá: CRISES.

Brida, J. G., Monterubbianesi, P. D., & Aguirre, S. Z. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. Pasos.

Buckland, H., & Murillo, D. (2014). La Innovación Social en América Latina. Marco conceptual y agentes. Instituto de Innovación Social de ESADE y Fondo Multilateral de Inversiones (Banco Interamericano de Desarrollo).

Bueno, E. (2003). Fundamentos epistemológicos de dirección del conocimiento organizativo: desarrollo, medición y gestión de intangibles.

Callarisa, L. J., & Sánchez García, J. (2012). La importancia de las comunidades virtuales para el análisis del valor de marca. El caso de TRIPADVISOR En Hong Kong Y Paris. Barcelona.

Caravaca Gonzalez, S. (2003). Redes e Innovación socio-institucional en sistemas Productivos Locales. Sevilla.

Caravaca, I., González, G., & Silva, R. (2005). Innovación, redes, recursos patrimoniales y desarrollo territorial. eure, 5-24.

Echeverría, J. (2008). El Manual de Oslo y la Innovación social. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura, CLXXXIV (732), 609-618.

Echeverría, J., & Merino, L. (2011). Cambios de Paradigma en los estudios de Innovación: El Giro Social de las políticas Europeas de Innovación. Arbor Ciencias, Pensamiento y Cultura, 187(752), 1031-1043.

Echeverria-Merino. (2011). Cambios de Paradigma en los estudios de Innovación: El Giro Social de las políticas Europeas de Innovación.

Emmendoerferi, M. L., da Silva, F. C., & Teixeira de Freitas de Carvalho Lima, A. A. (2011). Evidências de Inovação Social na Gestão Pública do Turismo em Minas Gerais - Brasil: O Modelo de Circuitos Turísticos em Análise. Pasos, 9(2), 397-410.

Europa Press. (2016). OMT reivindica el turismo como parte de la solución a los desafíos de la sociedad. Europa Press.

Fabiola López-Marín, J. M. (Julio,2001). Enfoque Estructural vs Recursos. Barcelona: Departament d'economia de l'empresa-Universitat Autònoma de Barcelona.

García, R. A., & González, R. V. (2013). Propuesta metodológica para el estudio de incubadoras de empresas a partir de los enfoques Análisis de Redes Sociales (ARS) y redes de conocimiento: el caso de las incubadoras de la UAEMex. Acta Universitaria., 5-15.

Gazzoli, P. (2012). Les effets des réseaux intersectoriels sur les organisations participantes Proposition d'un cadre théorique pour l'étude de l'influence des tables de quartiers sur les organisations publiques et les organisations du tiers secteur. Québec, Canadá.: CRISES.ENTRE VARIOS AUTORES MAS.

Mesa de Trabajo N°10: Modelos de gestión sostenible y regenerativa en empresas y alojamientos turísticos y su triple impacto en los ecosistemas sociales.

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES PARA ALOJAMIENTOS EN CASA DE FAMILIA, ROQUE PÉREZ

Cardozo Pesce Paula, Figueredo Selva, Schuster Evelyn.
Universidad Provincial de Ezeiza

INTRODUCCIÓN

Desde el Centro de Investigación en Turismo (CIT) de la Universidad Provincial de Ezeiza (UPE), el equipo de investigación en Ecoturismo propone destacar los aspectos positivos que la implementación de una herramienta técnica podría representar para las empresas, y emprendimientos turísticos, a través de una gestión sostenible de la actividad que minimicen los impactos negativos y maximicen los beneficios percibidos por la comunidad local, teniendo en consideración la armonía de los ejes centrales de la sostenibilidad: la economía, la sociedad y el ambiente. Para ello, se crea un Manual de Buenas Prácticas Sostenibles (MBPS) orientado particularmente a los prestadores de servicio de alojamiento en casa de familia de Roque Pérez, de la provincia de Buenos Aires.

Este manual surge como producto de dos investigaciones precedentes, en la primera se realiza una conceptualización de los alojamientos en casa de familia, sus inicios, beneficios de las prácticas en las comunidades y su reglamentación en distintos lugares del mundo. En la segunda se analiza e identifica los factores que aportan al desarrollo local, la planificación sostenible del ecoturismo incluyendo la gestión de los alojamientos en casa de familia

MARCO TEÓRICO

En turismo, los MBPS surgen como herramientas técnicas capaces de establecer criterios y lineamientos de trabajo rectores con el fin de promover la adopción de prácticas sostenibles a través de la minimización de los impactos negativos de la actividad, la inclusión de la comunidad residente y la protección del ambiente (Hoteles más Verdes, 2017).

Un Alojamiento en Casa de Familia (ACF), es la prestación de servicio de hospedaje en una casa o instalación hogareña local con la particularidad de la convivencia y relación directa con la familia dueña del establecimiento⁵³. Es un tipo de práctica turística que, actualmente, es llevada adelante en Roque Pérez, municipio localizado a 135 km al suroeste de la Ciudad de Buenos Aires. Roque Pérez decide orientar su actividad turística hacia la inclusión comunitaria y el desarrollo local por lo tanto, este tipo de manual daría a los prestadores de los ACF y otros los recursos necesarios para ofrecer un servicio de calidad, sostenible y estandarizado.

⁵³ Cardozo, Figueredo, Schuster, 2019. "Ecoturismo y turismo comunitario: Alojamientos en casa de familias-Roque Pérez".

Este MBPS detalla y sugiere buenas prácticas sostenibles a fin de motivar y orientar su implementación para minimizar impactos negativos del turismo y potenciar la equidad social, además la implementación de un MBPS podría significar, para estas mismas comunidades, una herramienta facilitadora para la prestación del servicio, así como un instrumento de gestión.

METODOLOGÍA

Como se menciona anteriormente este trabajo es un producto de dos investigaciones anteriores: La primera, “Ecoturismo y Turismo Comunitario: Alojamientos en casa de familia. Roque Pérez 2019”, y la segunda “Ecoturismo y Desarrollo Local: La planificación y Gestión sostenibles de los alojamientos en casas de familia. Caso Roque Pérez” 2020-2021. Para ambas investigaciones se utiliza metodología cualitativa, se releva bibliografía, se realiza entrevistas estructuradas, semi estructuradas y observación directa. Para la primera se realizan entrevistas telefónicas a prestadores de los ACF, para la segunda fueron entrevistas presenciales a prestadores turísticos y autoridades municipales relevantes, además se incluye encuestas de modalidad digital a actores de interés (tanto públicos como privados) y a la comunidad local. Los resultados se expresan en un mapa de actores.

En el primer trabajo se realiza un recorrido conceptual sobre los alojamientos en casas de familia, abarcando sus inicios en distintas partes del mundo, y se exponen algunas de sus características y regulaciones. Además, se destaca cómo esta actividad puede contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, siempre y cuando se gestione adecuadamente, cumpliendo con objetivos como el 1, 5, 8 y 10. De esta manera, los alojamientos en casas de familia pueden ayudar a reducir la pobreza, mejorar el bienestar de las familias y las comunidades, fomentar la igualdad de género, empoderar a las mujeres y potenciar a los grupos más desfavorecidos, promover la inclusión, el desarrollo sostenible y generar empleo, oportunidades de negocio y el desarrollo de habilidades, además de promover el crecimiento e integración económica, especialmente en el lugar de origen, y reducir las desigualdades sociales, entre otros beneficios.

En el segundo trabajo se profundiza sobre la importancia de la planificación y la gestión sostenible de la actividad turística, y se destaca la relevancia del trabajo en conjunto de todos los actores involucrados, así como la cooperación como clave para crear redes que promuevan un desarrollo equilibrado. Asimismo, se aborda la posibilidad de emprender en zonas rurales y espacios naturales tras la pandemia, y se muestra cómo los alojamientos en casas de familia, enmarcados y regulados adecuadamente, pueden contribuir al desarrollo local sostenible.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Roque Pérez es una localidad argentina ubicada al noreste de la provincia de Buenos Aires, siendo cabecera del partido homónimo. Según el Censo realizado en 2010, cuenta con más de 12.500 habitantes. Se puede acceder a Roque Pérez a través de la RN N° 205 y la RP N° 30, y limita políticamente con los partidos de Lobos al norte, Monte al este, General Belgrano al sureste, Las Flores al sur, Saladillo al suroeste, y 25 de mayo al noroeste.

La actividad económica predominante en la región es la agropecuaria, destacándose la cría de ganado, la actividad avícola y el mayor criadero de cerdos del país. En cuanto al turismo, Roque Pérez ofrece una amplia variedad de atractivos y servicios que reflejan las tradiciones y costumbres del campo y el interior de la provincia. Además, es reconocido como el partido de los almacenes de campo, impulsando su marca local y brindando una oferta gastronómica con restaurantes y locales autóctonos capaces de proporcionar comidas y productos tradicionales de la región. (Cardozo, Figueredo, Schuster, 2019)

El Manual de Buenas Prácticas para Alojamientos en Casa de Familia en Roque Pérez incentiva el trabajo mancomunado de todos los actores involucrados en la actividad turística de la región, incluyendo la comunidad local no solo en la prestación, sino también en la toma de decisiones. Sin embargo, en la realidad del destino, es posible encontrar algunos obstáculos al momento de adoptarlo.

De acuerdo con las entrevistas realizadas en investigaciones previas en Roque Pérez, algunos prestadores turísticos locales no solo discrepan de la idea de implementar un manual o cualquier instrumento regulador, ya sea por desconocimiento, desinterés o escepticismo, sino que también prefieren prescindir de ello. Piensan que puede significar un control más estricto por parte de las entidades públicas o un aumento excesivo de costos operativos.

Por otro lado, los mismos prestadores y autoridades reconocen la importancia de la actividad de los ACF y las economías locales como oportunidad de desarrollo local si se potencian algunos factores, como la comunicación, la inclusión, el trabajo en equipo y el cuidado del ambiente en un trabajo participativo de todos los actores. Por ello, es fundamental una planificación y gestión adecuada de toda la actividad turística que promueva un desarrollo local sostenible en donde se incluya a esta práctica turística de los Alojamientos en casa de familia. El manual puede colaborar como instrumento técnico para que esto pueda llevarse adelante.

La estructura principal del manual comprende un primer apartado regulatorio en el que se encuentran los requisitos básicos de inscripción, que incluyen información sobre la casa donde el turista se alojará, así como información básica de los propietarios. También se sugieren estándares básicos para las habitaciones, los ambientes y baños, además de procedimientos de calidad, higiene y seguridad.

En la segunda parte del manual, se detallan buenas prácticas sostenibles agrupadas en cinco ejes de aplicación. En la gestión del uso responsable del agua, se enfatiza la conciencia y capacitación de los empleados y los turistas. En la gestión responsable de la energía, se recalca el uso responsable que no solo reduce los gastos de consumos energéticos, sino también genera ahorro de costos económicos y beneficia tanto al prestador como al ambiente. En la gestión de los residuos sólidos, se destaca la necesidad de reducir los desechos y motivar una gestión adecuada para evitar efectos negativos en el destino. En la protección de la biodiversidad y la inclusión y participación sociocultural, se proponen medidas de preservación, cuidado y capacitación para cumplir con estos ejes.

Como conclusión, se presentan una serie de sugerencias y recomendaciones para los emprendedores interesados en la implementación de estas prácticas sostenibles.

Además, se incluye un ejemplo de ordenanza municipal que puede ser utilizado en su implementación.

BIBLIOGRAFÍA

Cardozo, Figueredo, Schuster, 2019. Ecoturismo y Turismo Comunitario: Alojamientos en casa de familia. Roque Pérez 2019

Cardozo, Figueredo, Schuster, 2021. Ecoturismo y Desarrollo Local: Planificación y Gestión Sostenible de Alojamientos en Casa de Familia. Roque Pérez 2020-2021

Mesa de Trabajo N°10: Modelos de gestión sostenible y regenerativa en empresas y alojamientos turísticos y su triple impacto en los ecosistemas sociales.

MODELO DE GESTIÓN SOSTENIBLE EN LOS HOTELES ESCUELA DE LATINOAMÉRICA Y SU TRIPLE IMPACTO EN ECOSISTEMAS SOCIALES

Salessi María Lucila, Charne Uriel, Santillán Juan Ignacio, Mena Melina, Mele Mercedes, Castronuovo Yanella, Carbone Micaela.

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enmarca en el proyecto PPID E017 UNLP (2022-2023) denominado *Modelo de gestión sostenible en los Hoteles Escuelas de Latinoamérica y su triple impacto en ecosistemas sociales* cuyo propósito es contribuir al conocimiento de modelos de gestión y formación sostenible desde la perspectiva del triple impacto social, ambiental y económico en Hoteles Escuela de Latinoamérica.

La sostenibilidad es una responsabilidad compartida por todos los actores de la industria turística, incluyendo hoteles, gobiernos, turistas y comunidades locales. Los establecimientos hoteleros deben adoptar un enfoque holístico para la sostenibilidad, considerando aspectos ambientales, sociales y económicos en su gestión diaria. La gestión sostenible en hoteles debe incluir la implementación de prácticas y tecnologías amigables con el medio ambiente, la gestión de residuos, la conservación de la energía y el agua, la promoción de la biodiversidad y la cultura local, y la protección de los derechos de los trabajadores. Asimismo, debe considerar el impacto social y económico del turismo en las comunidades locales, y trabajar en colaboración con ellas para asegurar que el turismo beneficie a todos los involucrados. La educación y la capacitación son fundamentales para fomentar la conciencia y la comprensión de la sostenibilidad en la hotelería y la industria turística en general.(Legrand et al, 2021). Asimismo, estos autores destacan la importancia de adoptar una visión integral en la gestión de los hoteles, considerando aspectos ambientales, sociales y económicos. Además, enfatizan la necesidad de colaboración y educación para asegurar la sostenibilidad y señalan que el sector turístico “ es uno de los mayores contribuyentes al cambio climático, la pérdida de la biodiversidad y otros problemas ambientales y sociales en el mundo” (Epler Wood y Legrand,2020).

La hospitalidad ha evolucionado a lo largo del tiempo. Actualmente, el servicio de alojamiento turístico es estudiado y analizado en busca de brindar la mejor atención al huésped. Como parte de esos avances es que surgen los hoteles escuelas, espacios que sirven de alojamiento y formación a los futuros profesionales de la hotelería. La gestión de estos espacios de formación se basa en ciertos modelos sostenibles según sus dimensiones y categorías.

El presente trabajo busca responder las siguientes preguntas de investigación : *¿Qué aspectos caracterizan los modelos de gestión y formación sostenible en Hoteles Escuela de Latinoamérica desde la perspectiva del triple impacto social, ambiental y económico y cómo impactan en los ecosistemas sociales? ¿Cómo están constituidas sus propuestas de formación académica, qué dimensiones abarcan? ¿De qué manera se considera en sus*

propuestas de formación profesional y académica la perspectiva de inclusión social-comunitaria?

OBJETIVO GENERAL: (OG)

Contribuir al conocimiento de modelos de gestión sostenible en hoteles escuela en Latinoamérica desde la perspectiva del triple impacto en ecosistemas sociales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS: (OE)

- Identificar y analizar los modelos de gestión sostenible aplicados en hoteles escuela de Latinoamérica, considerando sus características, enfoques y prácticas específicas relacionadas con el triple impacto social, ambiental y económico.
- Indagar el impacto social de los modelos de gestión sostenible en hoteles escuela de Latinoamérica, considerando la inclusión comunitaria, la generación de empleo local, la promoción de la cultura local y el bienestar de los actores involucrados.
- Analizar los factores que impulsan y limitan la implementación de modelos de gestión sostenible en hoteles escuela en Latinoamérica.
- Explorar las barreras y oportunidades para la formación académica en sostenibilidad en los programas de formación de los hoteles escuela en Latinoamérica.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El turismo sostenible y regenerativo (Legrand, 2021) se ha convertido en un tema clave en el sector turístico actual, en el que se demanda una gestión responsable y equilibrada del turismo con el medio ambiente y las comunidades locales. La sostenibilidad en el ámbito hotelero se ha tornado cada vez más relevante debido a su impacto significativo en el entorno social, económico y ambiental. Autores como Bramwell y Lane (1993) han destacado la necesidad de incorporar prácticas sostenibles en la gestión de los hoteles, considerando que los turistas están cada vez más interesados en los problemas ambientales y sociales.

La implementación de modelos de gestión sostenible en hoteles ha sido ampliamente investigada por diversos autores. En este sentido, Aguirre et al. (2015) identifican que los principales elementos en la implementación de un modelo de gestión sostenible son: el compromiso de la alta dirección, la formación y capacitación del personal, la evaluación de proveedores y la adopción de tecnologías sostenibles. Por otro lado, Becken y Hay (2007) sugieren que la integración de la sostenibilidad en la gestión hotelera requiere de un enfoque holístico que considere aspectos económicos, sociales y ambientales, y que involucre a todos los actores relevantes en el proceso.

La formación y capacitación de las personas en el sector hotelero se encuentra directamente vinculado a espacios de aprendizaje como los Hoteles Escuela, los cuales constituyen una herramienta sustancial para la formación de profesionales en la industria de la Hospitalidad , toda vez que articulan espacios de teoría y aprendizaje de manera experimental y controlada por modelos de aprendizaje curricularizados.

Los hoteles escuela constituyen espacios/ instituciones educativas que tienen como objetivo proporcionar a los estudiantes una formación completa en el sector turístico, en especial en la industria de hospitalidad. Según Barros (2012), estos establecimientos ofrecen una formación teórica y práctica en la gestión hotelera, la gastronomía, el servicio al cliente, la administración de eventos, entre otros aspectos. De este modo, los

estudiantes pueden adquirir habilidades y conocimientos en un ambiente real y controlado, que les permiten enfrentar los desafíos que se presentan en el mundo laboral. Meneses et al, 2019, presentan los beneficios que los hoteles escuela ofrecen en pos de la formación de los estudiantes en el sector turístico podemos decir que permiten a los estudiantes adquirir habilidades prácticas en un ambiente controlado, lo que les da una ventaja competitiva en el mercado laboral. Así, estos espacios de aprendizaje fomentan la innovación y la creatividad, ya que los estudiantes tienen la oportunidad de experimentar nuevas ideas y enfoques en un ambiente real (Meneses et al., 2019).

Respecto de la observancia de modelos de gestión sostenible en hoteles escuela, autores como León et al. (2016) destacan la importancia de la educación y la formación en la implementación de prácticas sostenibles en la industria hotelera. De igual manera, Font et al. (2019) resaltan la relevancia de la investigación y la innovación en la gestión sostenible de los hoteles escuela, enfatizando en la importancia de desarrollar modelos de gestión sostenible adaptados a las especificidades de cada territorio o región.

Diversos autores han investigado y propuesto modelos de gestión sostenible para el sector hotelero. Willy Legrand (2013) aboga por un enfoque integral que incluya las dimensiones ambientales, sociales y económicas. Raffaella Brizga y Anna Vigdís Gudnadóttir (2019) proponen un marco conceptual que integra los aspectos económicos, sociales y ambientales. Stefan Gössling (2019) sugiere medidas para reducir el impacto ambiental de la hotelería. Susana Bautista y Armando Ortuño (2017) han propuesto un modelo de gestión sostenible para la hotelería en México, y Andrea García-Santos, Jordi Ficapal-Cusí y Xavier Ginesta (2018) han analizado las prácticas de gestión sostenible en hoteles de Barcelona. Todos estos autores han contribuido al desarrollo del conocimiento sobre la gestión sostenible en la hotelería, proporcionando marcos conceptuales, modelos y herramientas para la implementación de prácticas sostenibles en las empresas hoteleras.

METODOLOGÍA

En cuanto al diseño metodológico propuesto, se realizará una investigación desde un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo. Se plantea por un lado un tipo de investigación o estudio exploratorio cuyo principal objetivo es detectar variables relacionadas con nuestro objeto de estudio y se complementará con un estudio descriptivo el cual nos permite describir las características y los aspectos que componen un fenómeno (Fassio et al, 2015). Asimismo, la existencia de ciertas generalizaciones empíricas o partes de una teoría nos orienta a realizar una investigación descriptiva. Se define un tipo de estudio transversal, en el cual se recoge información en un momento determinado en el tiempo.

En primer lugar, se realizará una revisión sistemática de la literatura, de fuentes primarias y secundarias a fin de comprobar el estado de conocimiento sobre nuestro objeto de estudio. Así, se intentará construir una perspectiva teórica a partir de los resultados y conclusiones de trabajos de investigación previos relacionados con nuestro problema de investigación. Respecto de la selección de técnicas de relevamiento de datos se realizará un análisis documental y se complementará con entrevistas y encuestas a gestores y agentes de diversos hoteles-escuela en Latinoamérica.

Esquema metodológico propuesto

Etapa de investigación	Objetivos específicos	Método
Revisión bibliográfica	Identificar modelos de gestión sostenible utilizados en hoteles	Revisión sistemática de la literatura(fuentes

Etapa de investigación	Objetivos específicos	Método
	escuela considerando su triple impacto en ecosistemas sociales	primarias y secundarias)
Análisis y selección de casos de estudio	Analizar prácticas actuales de gestión sostenible en hoteles escuela en Latinoamérica	Estudio de casos (multivariado)
Encuesta a gestores de hoteles escuela	Conocer el grado de implementación de modelos de gestión sostenible y las oportunidades de mejora en la gestión sostenible	Encuesta estructurada
Análisis de resultados	Comparar y contrastar los modelos de gestión sostenible, prácticas actuales y oportunidades de mejora identificadas	Análisis comparativo

Fuente: elaboración propia.

Para la presente investigación se establece como *Unidad de Análisis* los Hoteles Escuela de Latinoamérica (selección y muestra), utilizando algunas de las dimensiones y categorías previamente identificadas. La matriz de datos quedaría conformada de la siguiente manera:

Matriz de datos unidades de análisis por variables de investigación:

CASOS DE LAS UNIDADES DE ANÁLISIS	VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN				
	DIMENSIÓN GESTION	DIMENSIÓN ACADEMICA	DIMENSIÓN AMBIENTAL	DIMENSIÓN SOCIO CULTURAL	DIMENSIÓN ECONOMICA
Hotel escuela 1					
Hotel escuela 2					
Hotel escuela 3					
Hotel escuela 4					
Hotel escuela 5					
U ⁿ	Cn1	Cn2	Cn3	Cn4	Cn5

Fuente: elaboración propia en base a (Fassio et al, 2015)

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El conocimiento acerca de modelos de gestión sostenibles en hotel-escuela en Latinoamérica debe abordarse desde enfoques multidisciplinarios y transversales haciendo foco en modelos teóricos que integran la sostenibilidad, la educación y formación, la participación de la comunidad, las certificaciones y estándares, y la innovación y mejora continua. Al considerar estos aspectos, se puede desarrollar un

modelado teórico sólido que guíe la implementación de prácticas sostenibles en dichos espacios institucionales de capacitación y formación. La presente investigación tiene como objetivo contribuir al conocimiento y análisis de modelos de gestión sostenible en hoteles escuela considerando el triple impacto en ecosistemas sociales.

Los resultados y discusión revelan un creciente interés por parte de los hoteles escuela en la adopción de modelos de gestión sostenible. Este interés se debe a una mayor conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad en la industria hotelera y a la necesidad de formar a los futuros profesionales en prácticas sostenibles. En base a los hallazgos, se identificaron las principales variables, dimensiones y categorías de los modelos sostenibles observados, lo cual nos permite presentar conclusiones preliminares significativas sobre el estado actual de la gestión sostenible en los hoteles escuela de Latinoamérica.

El conocimiento y apropiación de modelos de gestión sostenible se presume incipiente y se intentará identificar las problemáticas asociadas a su gestión y discusión. Se concluye que es necesario continuar avanzando en la investigación y evaluación de estos modelos de gestión sostenible en los hoteles escuela, con el fin de identificar las mejores prácticas y estrategias para su implementación y asegurar la sostenibilidad en la formación y aprendizaje colectivo e inclusivo en hoteles escuela en Latinoamérica.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, E., Gomes, R., & Ramos, T.B. (2015). Sustainability indicators for urban tourism destinations: A review. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 148-157.
- Alvarado, M., Barrionuevo, M., Panchano, R., & Santana, C. (1998). *Características y definición de un hotel-escuela* (Bachelor's thesis).
- Barros Neto, J. P. & Fensterseifer, J. E. (2002) "O conteúdo da estratégia de produção: as categorias de decisão da função produção e a construção de edificações". *Ambiente Construído* 2(1): 39-52
- Bautista, S. & Ortuño, A. (2017). La gestión sostenible del turismo: análisis bibliométrico y revisión de la literatura científica. *Cuadernos de Turismo*, 39, 11-33.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
- Becken, S., & Hay, J. (2007). *Tourism and climate change: Risks and opportunities*. Clevedon: Channel View Publications.
- Brizga, R., & Gudnadóttir, A. V. (2019). Sustainable tourism and sustainability in the hotel industry: A review of existing literature. *Sustainability*, 11(19), 5346.
- Campos-Freire, F. (2015). Adaptación de los medios tradicionales a la innovación de los metamedios. *Profesional de la información*, 24(4), 441-450.
- DE MADRID, C. O. M. U. N. I. D. A. D. (1995). La experiencia del hotel-escuela. *Estudios Turísticos*, (128), 105-115.
- García-Santos, A., Ficapal-Cusí, J., & Ginesta, X. (2018). Sustainable hotel certification programmes: A comparison of their frameworks. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(3), 313-333. doi: 10.1080/09669582.2017.1359572
- Gössling, S. (2019). Achieving tourism decarbonization through local engagement: The role of low-carbon tourism programs. *Journal of Cleaner Production*, 211, 344-354.
- Jiménez, M. A. J., & Perera, A. G. (2014). Implantación del modelo de gestión socialmente responsable en la empresa hotelera. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 7(16), 6.
- Fassio, A. (2016). Apuntes para desarrollar una investigación en el campo de la administración y el análisis organizacional. Eudeba.

- Font, X., Cochrane, J., Tapper, R., & Lugosi, P. (2019). Sustainability and tourism education: A European perspective. En H. Pechlaner, E. Smeral, & A. Volgger (Eds.), *Tourism and Leisure: Current Issues and Perspectives of Development* (pp. 89-106). Springer.
- Legrand, W., Chen, J. S., & Laeis, G. C. (2022). *Sustainability in the hospitality industry: Principles of sustainable operations*. Taylor & Francis.
- León et al. (2016) destacan la importancia de la educación y la formación en la implementación de prácticas sostenibles en la industria hotelera.
- Lashley, C., & Morrison, A. (2010). *In search of hospitality*. Routledge.
- Meneses, R., Cárdenas, J., & Castillo, M. (2019). Tendencias en la implementación de estrategias de gestión sostenible en la industria hotelera de Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(4), 788-804.
- Miranda, D. D. P., Plaza, A. G., Brea, J. A. F., & Botero, C. M. (2019). Prácticas de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Estudio de casos en la ciudad de Santa Marta, Colombia. *Cuadernos de Gestión*, 19(1), 175-202.
- Morrison, A., & O’Gorman, K. (2008). Hospitality studies and hospitality management: A symbiotic relationship. *International Journal of Hospitality Management*, 27(2), 214-221.
- Ochoa Arias, A. L., & Márquez Castaño, C. A. (2015). Unidad de negocio Escuela Hotel Universidad-Empresa-Estado caso de estudio: Escuela de Turismo Sostenible de la Universidad Tecnológica de Pereira y Movich Hotel de Pereira.
- Sloan, P., Simons-Kaufmann, C., & Legrand, W. (2012). *Sustainable Hospitality and Tourism as Motors for Development*. Routledge, London, New York.
- Silva Osorio, M. L. (2015). *Análisis y propuesta de un sistema administrativo-operativo basado en la gestión de calidad para el Hotel-Escuela Q de la ciudad de Quito, Ecuador* (Bachelor's thesis, puce).
- Wood, M. E. (2017). *Sustainable tourism on a finite planet: Environmental, business and policy solutions*. Taylor & Francis.

Mesa de Trabajo N°10: Modelos de gestión sostenible y regenerativa en empresas y alojamientos turísticos y su triple impacto en los ecosistemas sociales.

EXPERIENCIAS DE DOCENCIA Y/O EXTENSIÓN

PROYECTO DE EXTENSIÓN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y TURISMO: PROMOCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE CORRIENTES

Puig Nestor, Bezos Roberto, Alegre Mercedes, Cáceres María Natalia, Bordón Juana, Picech Romina.

Facultad de Arte Diseño y Ciencias de la Cultura, Universidad Nacional del Nordeste

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto de extensión propone la realización de actividades de identificación y selección de buenas prácticas ambientales aplicables a alojamientos turísticos de la ciudad de Corrientes, a fin de contribuir con la educación y concientización de su personal para reducir impactos ambientales de la actividad turística a través de la reducción, la reutilización y el reciclado de ciertos recursos, y mejorar las condiciones de trabajo de los colaboradores de cada organización y la calidad de vida de la comunidad. Además, el proyecto busca incentivar la implementación de programas en colaboración con organizaciones públicas y privadas. En este sentido, se fomenta la implementación de acciones de minimización del impacto en la gestión de residuos de alojamientos turísticos, enmarcadas de forma directa en programas municipales para el sector turístico. Por este motivo, el proyecto buscará incentivar la implementación de programas en colaboración con organizaciones públicas y privadas.

Palabras clave: Responsabilidad social, Turismo, Ambiente, Alojamiento

Este proyecto se formula con la participación de diferentes claustros de la universidad, y la coparticipación de diferentes organizaciones. Asimismo, pretende trabajar en colaboración con representantes de alojamientos turísticos de la ciudad de Corriente a fin de comenzar con el diagnóstico de las buenas prácticas ambientales que podrían implementar empresas que ofrecen alojamiento en la ciudad de Corrientes, enmarcados en conceptos de Responsabilidad Social.

De esta manera, el trabajo busca contribuir con la difusión de conocimientos, proporcionando asistencia técnica desde la universidad, ejerciendo actividades de investigación y desarrollo para la mejora de los procesos, en colaboración con el sector privado vinculado al turismo en la ciudad de Corrientes.

El trabajo también busca identificar oportunidades de mejoras que repercutan en los servicios de alojamiento turístico, de acuerdo con las expectativas de sus clientes y otros grupos de interés. El proyecto consta de dos fases, una primera instancia que comprende la identificación y selección de buenas practicas ambientales y una segunda instancia de planificación y ejecución de actividades de capacitación que pretenden incentivar la

gestión de acciones vinculadas a la dimensión ambiental de la responsabilidad social. El trabajo finaliza con un seguimiento y evaluación de la ejecución de actividades en los establecimientos participantes. En este sentido, las Buenas Prácticas Ambientales se pueden definir como aquellas acciones que pretenden reducir el impacto ambiental negativo que causan los procesos productivos a través de cambios en las organizaciones.

OBJETIVO GENERAL

- Contribuir con la implementación de buenas prácticas ambientales en alojamientos turísticos de la ciudad de Corrientes, que tengan la responsabilidad social y la sostenibilidad como eje central, contribuyendo con propuestas integrales que busquen reducir la problemática del consumo y disposición de los recursos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Indagar sobre buenas prácticas ambientales para ser aplicadas en alojamientos turísticos.
- Sensibilizar, concientizar y capacitar al personal de alojamientos turísticos sobre buenas prácticas ambientales en base a los conceptos de la reducción, reutilización y reciclado.
- Promover la adopción de políticas ambientales y la gestión de acciones, con el objeto de optimizar recursos y promover la mejora continua de procesos.
- Incentivar la implementación de programas de buenas prácticas ambientales en colaboración con organizaciones públicas y privadas.

CARACTERÍSTICAS DE LOS CO-PARTICIPANTES

En cuanto a las características de los co-participantes podemos mencionar al Municipio de la Ciudad de Corrientes, que cuenta con una Subsecretaría de Políticas Ambientales que fomenta la gestión responsable de los recursos y residuos, el Ministerio de Turismo de la Provincia de Corrientes se encarga de la promoción del turismo en su jurisdicción y el Consejo Profesional de Ciencias Económicas que viene implementando acciones de responsabilidad social y publicando su balance social.

Cantidad de Personas Co-Participantes Directas: 30

Cantidad de Personas Co-Participantes Indirectas: 100

MARCO TEÓRICO

Comenzar a trabajar en el marco de la sostenibilidad en Turismo no es más que sumarse a las nuevas tendencias mundiales en torno a un nuevo modelo de gestión de las organizaciones. La misma supone asumir una gestión responsable y comprometida de las organizaciones con todos sus grupos de interés, en aspectos que hacen al bienestar humano y sus ecosistemas. En este sentido los actores del sistema turístico cobran un rol fundamental, en tanto son quienes tienen a su cargo el diseño y mejora de los procesos a fin de incorporar la sostenibilidad que pregonan los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, centrados en tres elementos interconectados del desarrollo sostenible: crecimiento económico, inclusión social y protección ambiental, y el eje ambiental de los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

A los fines de diagramar las prácticas ambientales responsables para alojamientos turísticos de la ciudad de Corrientes se adoptará como modelo la propuesta elaborada por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y otros organismos chilenos, que toma como referencia ISO 9001, ISO 14001 y el Modelo de Gestión de Excelencia Chile. Este modelo busca identificar, controlar, mejorar impactos económicos, sociales y ambientales sobre los grupos de interés.

Por su parte para la etapa diagnóstica se utilizarán como modelos principales las Guías Responsabilidad social en la industria hotelera de la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina, la Guía de primeros pasos en Responsabilidad Social Empresaria para Pymes en el Sector Turístico del Ministerio de Turismo de la Nación, elaborado en el marco del Plan Federal Estratégico de turismo sustentable 2016 y la publicación Indicadores Ethos-IARSE para negocios sustentables y responsables – Versión 3.3.

Entre los antecedentes podemos mencionar:

-El Programa Reciclando Juntos de la Municipalidad de Corrientes: es un programa de recolección diferenciada de residuos enmarcado en el Eje Ciudad Sustentable del Plan de Sostenibilidad de la ciudad de Corrientes. Dicho eje tiene como objetivos aprovechar de una manera eficiente los recursos naturales, empezar a reciclar la basura e innovar con estrategias para la lucha contra el cambio climático. Está siendo implementado en barrios de la ciudad, y busca contribuir para que Corrientes sea una ciudad sustentable a través del reciclaje de la basura. Asimismo, forma parte del programa “Ciudades Sustentables” y de la “Red Argentina de Municipios frente al Cambio Climático”, que es un instrumento de coordinación e impulso de políticas públicas locales de lucha contra el cambio climático de las ciudades y pueblos de Argentina.

-Proyectos de Responsabilidad Social: Trabajo de la cátedra Ética, Responsabilidad Social y Turismo durante 2018 y 2019 con alojamientos turísticos de la ciudad.

-Panel de Responsabilidad Social en las XX Jornadas de Turismo: donde participaron el Subsecretario de Políticas Ambientales de la Municipalidad de la ciudad de Corrientes, un representante del Turismo Hotel Casino y la Coordinadora de Responsabilidad y Balance Social del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad de Corrientes.

METODOLOGÍA

Se utilizará como base el modelo la propuesta elaborada por el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y otros organismos chilenos, que toma como referencia ISO 9001, ISO 14001 y el Modelo de Gestión de Excelencia Chile. Este modelo busca identificar, controlar, mejorar impactos económicos, sociales y ambientales sobre los grupos de interés. En base a este esquema de trabajo se armaron proyectos de trabajo con organizaciones turísticas seleccionadas por los alumnos.

Dentro de un nuevo modelo de gestión de las organizaciones, que propicie una mayor concientización de sus grupos de interés sobre el bienestar humano y sus ecosistemas, y considerando que los diferentes actores del sistema turístico los que pueden diseñar y mejorar sus procesos a fin de incorporar la sostenibilidad que pregonan los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, que se centran en los tres elementos interconectados del desarrollo sostenible: crecimiento económico, inclusión social y protección ambiental, y el eje ambiental de los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas, se propone el diseño y selección de buenas prácticas para la concreción de acciones, a través de un acompañamiento a través de la capacitación, que brinde herramientas para alcanzar resultados valederos.

El trabajo consta de tres instancias, la primera corresponde a una etapa diagnóstica, supone identificar el escenario actual en que se encuentran las empresas de alojamiento en relación con las prácticas ambientales. La segunda etapa consiste en realizar acciones de sensibilización y capacitación vinculadas a buenas prácticas ambientales implementadas por el equipo de trabajo a todos los interesados a fin de que cada organización pueda introducirlas en su establecimiento. La tercera es la fase de evaluación y monitoreo, que tiene por objeto evaluar los resultados de las acciones, analizar si fueron viables y eficaces en su organización y realizar los ajustes y mejoras que se detecten como necesarios.

Para la primera etapa de diagnóstico se realizaron entrevistas de aproximadamente 1 hora (60 minutos) donde aplicamos un formulario de preguntas establecido en una Grilla Predefinida Guía de primeros pasos tomando como referencias las propuestas del Ministerio de Turismo de la Nación y otros (2016), la Asociación de Hoteles de Turismo de Argentina (2017) y el Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (2019).

RESULTADOS ESPERADOS

Con este proyecto que se encuentra en curso se pretende identificar y seleccionar Buenas Prácticas Ambientales para los alojamientos turísticos de la ciudad de Corrientes, que contribuya a la implementación de acciones de responsabilidad social vinculadas a la dimensión ambiental. Para ello, se realizarán diagnósticos de la situación actual de cada establecimiento para diseñar las acciones que serán consensuados con sus representantes para culminar en la realización de capacitaciones sobre la implementación de las prácticas propuestas en el Manual. Durante la etapa de monitoreo en la que se encuentra actualmente, se realiza un relevamiento de las acciones implementadas por los establecimientos que serán posteriormente capacitados.

BIBLIOGRAFÍA

Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (2017). Responsabilidad Social en la Industria Hotelera. Compromiso del hotel con el Desarrollo Sustentable. Buenos Aires.

Centro vincular de la Universidad Pontificia de Valparaíso y otros (s/f) Responsabilidad social empresarial. Modelo de Gestión de RSE.

Cluster de turismo de Galicia (s/f). Guía de RSE para el sector turístico.

Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (2019). Guía de Autoaplicación de indicadores de Responsabilidad Social Empresaria IARSE-ETHOS Versión 3.3. Córdoba.

ISO 9001: 2015 (2015) Sistema de gestión de calidad

ISO 26.000:2010 (2010) Guía de Responsabilidad Social

Klisberg, Bernardo (2013). Ética para empresarios. Buenos Aires: Ética y Economía. Distal SRL.

Ministerio de Turismo de la Nación y Centro Nacional de Responsabilidad Social Empresaria y Capital Social de la Facultad de Ciencias Económicas de la UBA (CENARSECS) (2016). Guía de primeros pasos en Responsabilidad Social Empresaria para Pymes en el sector turismo. Buenos aires.

MESA DE TRABAJO 11

La importancia
del turismo
de naturaleza en
el nuevo paradigma
de un turismo
más sostenible,
inclusivo y resiliente

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



CONDET



Mesa de Trabajo N°11: La importancia del turismo de naturaleza en el nuevo paradigma de un turismo más sostenible, inclusivo y resiliente.

REGULACIÓN DE PRÁCTICAS TURÍSTICAS DE RIESGO EN MEDIOS NATURALES. CASO: NORMATIVA DE LA PROVINCIA DEL NEUQUÉN

Aguirre Patricia S.

Universidad Nacional del Comahue

RESUMEN

El objetivo de este estudio es analizar la regulación de *las prácticas turísticas de riesgo en medios naturales* de la Provincia del Neuquén, a fin de valorar la efectividad de estas normas e identificar en qué aspectos debieran ser (o no) actualizadas.

Metodológicamente el estudio se realizó en dos etapas: 1) sobre la base del análisis bibliográfico se procedió a identificar una serie de “*dimensiones críticas*” a considerar para este tipo de regulaciones; 2) a partir de las “*dimensiones críticas*” se realizó el estudio de la normativa específica de la Provincia del Neuquén. Es importante señalar que las conclusiones expuestas en el presente trabajo, debieran ser complementadas con entrevistas en profundidad a prestadores de servicios turísticos y actores del ámbito público.

INTRODUCCIÓN

En 2014 la OMT publicaba el “*Global Report on Adventure Tourism*”, según dicho estudio, el crecimiento del mercado del turismo aventura era exponencial por aquellos años. En 2016 en Argentina se publicaba el “*Diagnóstico Nacional de Turismo Aventura - 2016*”, donde también se evidenciaba la importancia de este mercado en nuestro país. En la actualidad, y ya recuperándose el turismo del impacto de la pandemia COVID 19, las actividades en la naturaleza son cada vez más buscadas.

Estas prácticas turísticas invitan a vivenciar experiencias de aventura, de desafíos personales, adrenalina, etc., y son identificadas como ecoturismo, turismo activo, turismo en la naturaleza, turismo aventura, etc. Actividades que antaño estaban reservadas a personalidades intrépidas y deportivas, en la actualidad son puestas en el mercado turístico para ser disfrutadas por un amplio espectro de la población.

Como para tener una dimensión de la estructura de la oferta de turismo aventura en Argentina, se estima que existen más de 2.500 actores que ofrecen distintos servicios ligados a esta modalidad; siendo una actividad que se concentra principalmente en la Patagonia⁵⁴. Según el mismo estudio en la actualidad, en todo el territorio nacional, más de 45 actividades distintas, ya se en tierra, aire o agua.

La regulación de este tipo de actividades no es sencilla, por varias razones. A modo de antecedente, en el caso de España han transcurrido más de 30 años desde la primera regulación destinada a empresas de turismo activo, y en la actualidad sigue en debate la

⁵⁴ Ministerio de Turismo de la Nación y Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura. Diagnóstico Nacional de Turismo Aventura – 2016.

mejora de tales legislaciones. Al respecto comenta José María Nasarre Sarmiento (2020) que en tres décadas se han renovado y actualizado las regulaciones de las comunidades autónomas de España, *“pero hay materias que siguen sin ser abordadas, como la situación peculiar de los autónomos....o Continúan incorporándose a las regulaciones los listados de actividades que devienen viejos cada mes, carecen de homogeneidad entre comunidades autónomas y se atreven, incluso, a definir actividades, algo innecesario que además invade competencias de otras administraciones.”*

El *“Diagnóstico Nacional de Turismo Aventura – 2016”* hace un análisis del problema regulatorio en nuestro país, poniendo de manifiesto la necesidad de actualización de normas, de realización de acuerdos para resolver problemas de superposición de jurisdicciones, dificultades para el otorgamiento de habilitaciones, los problemas de validación de conocimientos, entre otros. La Provincia del Neuquén, si bien cuenta con numerosa normativa vinculada a la oferta de este tipo de actividades, tiene dificultades con los prestadores, que en muchos casos optan por la informalidad o bien (en destinos emergentes) desisten de prestar el servicio. En este contexto se consideró que un estudio de estas características puede ser un aporte para comenzar a reflexionar sobre el rumbo que debería tomar una futura actualización normativa.

2. Sobre las prácticas turístico recreativas de riesgo en la naturaleza

Existen varias posibilidades para denominar a las *“prácticas turísticas de riesgo en la naturaleza”*, entre ellas: turismo activo, turismo en la naturaleza, ecoturismo, turismo aventura, turismo rural, turismo de montaña, turismo deportivo, y se podría seguir con el listado. También podrían citarse numerosos textos académicos, que dan pautas para diferenciar cada una de estas actividades o formas de turismo. Estas mismas denominaciones también son puestas en el mercado como “productos” y sería materia de análisis si estos “productos” coinciden con lo que académicamente o la OMT entienden por, por ej., ecoturismo.

En este contexto, un problema importante a la hora de regular es llegar a un acuerdo medianamente consensuado respecto a cuál es el objeto o ámbito de la realidad social que se pretende abordar. Desde la perspectiva jurídica esta cuestión es de vital relevancia, dado que la definición del qué se está regulando tendrá incidencia en el régimen jurídico a aplicar.

Dadas las dificultades para encontrar una denominación común, en este estudio, haremos especial hincapié en la caracterización de las prácticas a abarcar, y cuando sea necesario (a fin de facilitar la lectura) se hará referencia al *“turismo aventura”*. Tal como lo expone Norma Silvestre (2013), en el caso de Argentina, la denominación “turismo aventura” parece ser la más representativa del contenido de la actividad, y es la más usada internacionalmente.

La OMT define al turismo aventura como aquel *“que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo.”* Esta definición abarca los principales elementos característicos de estas prácticas: 1) se realizan en el medio natural, 2) requieren una actividad física o alguna habilidad/conocimiento específicos, 3) implican algún tipo de riesgo real (en cuanto a la producción de un daño), 4) y agregamos: son comercializadas en el mercado turístico, bajo diferentes denominaciones.

Desde la perspectiva jurídica es importante resaltar que las características asociadas a estas actividades, llevan a identificar los bienes o valores jurídicos a proteger: la

integridad física de las personas, la integridad ecológica de los lugares donde se desarrollan, y la protección de los intereses y expectativas de los turistas/consumidores. La protección de estos bienes jurídicos traerá aparejados deberes y obligaciones de distinta índole para diversos actores, entre los que ubicamos: el Estado, los prestadores de servicios turísticos (empresas, guías, etc.) y los propios turistas.

Cuadro 1: Valores a proteger

IMPLICANCIAS DE LA ACTIVIDAD	VALOR A PROTEGER	DEBERES OBLIGACIONES
Compromiso Físico “Riesgo Controlado”	Integridad Física	Deber de cuidado Deber de Información
Medio Ambiente natural	Integridad ecológica	Evitar el daño ambiental
Finalidad recreativa	Intereses y e expectativas	Calidad del Servicio - Profesionalismo

Fuente: elaboración propia

En esta síntesis se omite el desarrollo del marco jurídico Argentino, por ser un desarrollo más propio del trabajo completo.

3. Dimensiones críticas

Sobre la base de estudios realizados en España, y considerando los resultados del “*Diagnóstico Nacional de Turismo Aventura – 2016*”, se han identificado una serie de dimensiones críticas con las cuales contrastar la normativa de la Provincia del Neuquén. Estas dimensiones críticas son:

- ❖ Definiciones y clasificaciones
- ❖ Autonomía de regulación y competencia de los organismos
- ❖ Los registros: actores y actividades a registrar
- ❖ Capacitación – titulaciones y otras formas de acreditación de saberes.
- ❖ La relación contractual. Protección del turista/consumidor: información y seguridad
- ❖ Seguridad: señalizaciones, rescates, etc.
- ❖ Seguros
- ❖ Normas de protección del medio ambiente natural y cultural

4. Algunas particularidades de la normativa de la Provincia del Neuquén

La Provincia del Neuquén, desde la sanción de su Ley Provincial de Turismo Nro. 2414 en el año 2004 ha puesto en evidencia su preocupación por la regulación de estas actividades. En la actualidad tiene diez (10) normas vigentes relativas a los prestadores de actividades turísticas (según la denominación provincial) que incluyen: registro en general, actividad de montaña, turismo deportes, turismo aventura, rafting, montañismo, entre otras.

No obstante, la preocupación por pautar la realización de actividades de riesgo en el territorio provincial, ha decantado en una suerte de “inflación normativa” que se une a otra no menos engorrosa “inflación de definiciones y clasificaciones”. El conjunto normativo de la Provincia es un imbricado sistema de definiciones, donde se ha optado por regular cada actividad en sí misma, pudiéndose observar innumerables reiteraciones entre las normas.

Sólo a modo de ejemplo, y por ser el caso más notorio, se observa que articula en varias normas los llamados “*prestadores de actividades turísticas*”. Cuando finalmente entre las definiciones se especifica cuáles son las actividades profesionales de los prestadores de actividades, no queda más que llegar a la conclusión que se está frente a la actividad de guías de turismo; y que el efecto de todo ese conjunto normativo, es simplemente proceder a abrir un registro de guías de turismo.

También se observa un sofisticado sistema de evaluación al que los “*prestadores de actividades turísticas*” (guías de turismo) deben someterse. Si bien su diseño es muy interesante, se presenta el inconveniente de su implementación, máxime cuando los prestadores, necesitan de su habilitación a comienzos de temporada.

En general se observa que la Provincia debiera tender a un sistema más simplificado tanto en cantidad de normas, como en definiciones. Respecto a los guías, con el sistema de evaluación propuesto, no ha logrado dar solución al problema de la capacitación y acreditación de incumbencias. Habrá que ver si esta solución es competencia exclusivamente del organismo provincial, en principio pareciera ser mucho más pertinente el trabajo articulado con instituciones académicas, federaciones y clubes de formación.

BIBLIOGRAFÍA

ARGUMEDO, Arturo Erice (2008), “Régimen Administrativo del Turismo Aventura en Argentina (Primera Parte)”. MJ-DOC-3376-AR | MJD3376 Producto: MDZ, MJ.

GARCÍA SAURA, Pilar Juana (2010) “Turismo Activo y Medio Ambiente: una implicación necesaria. Aspectos Jurídicos. Cuadernos de Turismo, n° 26, (2010); pp. 153-176 Universidad de Murcia ISSN: 1139-7861

LUQUE GIL, Ana María (2003) “La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza”. Cuadernos de Turismo. Nro. 12; pp. 131-149

MATA, Carlos y CARVALHINHO Luis (2020) “Seguridad y gestión del riesgo en el deporte al aire libre - revisión sistemática exploratoria”. SPORT TK: Revista Euroamericana de Ciencias del Deporte, vol. 9 n.º 1, (Supl. 1).

MARTINEZ QUINTANA, Violante (2017) “El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura Vol. 193-785, julio-septiembre 2017, a396 | ISSN-L: 0210-1963

Ministerio de Turismo de la Nación y Asociación Argentina de Ecoturismo y Turismo Aventura. Diagnóstico Nacional de Turismo Aventura – 2016.

NASARRE SARMIENTO, José María (2020) “La regulación de las empresas de turismo activo hacia la tercera década del siglo XXI”. ROTUR, Revista de Ocio y Turismo Vol. 14(2) (2020) pp. 23-36. ISSN-e 2695-6357 DOI: <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.2.6575>.

NASARRE SARMIENTO, José María (2006) “La regulación de las empresas de turismo activo”. Estudios Turísticos. n.o 169-170 (2006), pp. 103-111

SILVESTRE, Norma (2013) “Asunción de riesgos y consentimiento del damnificado en el Proyecto de Código. A proposito del “turismo aventura”. La Ley. AÑO LXXXVII N° 220. Tomo La Ley 2013-F. ISSN 0024-1636.

World Tourism Organization (2014), AM Reports, Volume nine – Global Report on Adventure Tourism, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284416622>

World Tourism Organization (2019), UNWTO Tourism Definitions, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

YUBA Eduard Inglés y URBANEJA Jordi Seguí (2012) “Estudio comparativo del ordenamiento jurídico del turismo activo y las actividades deportivas en el medio natural en la España de las comunidades autónomas”. Acciones e Investigaciones Sociales, 31 (julio 2012), pp. 159-200 ISSN: 1132-192X

Mesa de Trabajo N°11: La importancia del turismo de naturaleza en el nuevo paradigma de un turismo más sostenible, inclusivo y resiliente.

EL ECOTURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS: ENCUADRE JURÍDICO PARA UN TURISMO SUSTENTABLE

Bordigoni Ayelen Sofia.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

La industria turística hoy se enfrenta a nuevos retos planteados por la posmodernidad y la pospandemia, actuando principalmente como un agente reactivador de la economía, y en su modalidad de ecoturismo no escapa a esta regla.

El derecho del turismo, es un derecho transversal y dinámico, que debe acompañar los cambios actuales que demandan normas más flexibles y ágiles que permitan una adecuación permanente a las nuevas tendencias, pero sin dejar de tener en vista la sustentabilidad de los recursos turísticos.

Es necesario encontrar los ejes de articulación, entre los cuales podemos ubicar al derecho del turismo, que permitan el desarrollo sustentable de la actividad, garantizando el uso sostenible de los recursos turísticos, promoviendo el desarrollo económico local, morigerando los efectos negativos de la actividad turística y maximizando los beneficios.

En esa línea, nuestra Ley Nacional de Turismo N° 25.997 considera que el turismo es “una actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país” y que la actividad turística “es prioritaria dentro de las políticas del Estado”.

Y cuando nos habla de su objeto nos dice que: “tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.”

El ecoturismo si se encuentra planificado, regulado y bien gestionado puede llevarse adelante en las áreas protegidas de nuestro país, sin generar perjuicios ambientales, es decir, que la actividad turística allí debe adecuarse al concepto y a las características del turismo sustentable.

Para ello es requisito analizar si basta la normativa vigente y aplicable o si surge la necesidad de construir otros instrumentos legales armónicos para el desarrollo de un turismo perdurable.

MARCO NORMATIVO. NOCIONES PRELIMINARES

Definición de turismo sostenible: la Organización Mundial del Turismo lo define como aquel que atiende las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo, protege y fomenta las oportunidades para el futuro.

La actividad turística es tan contaminante como cualquier industria, produciendo un notable impacto en el suelo, el agua y la energía, pudiendo llegar a producir la destrucción del paisaje; por otra parte se incrementa la regeneración de residuos y de gases nocivos con el traslado del turista de un lugar a otro. Si bien es cierto que es un importante movilizador económico, lo es siempre y cuando las inversiones que atrae su desarrollo produzcan generación de empleos locales y por lo tanto mejoras en la calidad de vida de las poblaciones que reciben la demanda. Por lo que es necesario un genuino equilibrio entre los factores depredatorios y las genuinas ventajas locales.

El derecho de los turistas a ver satisfechos sus deseos presentes, encuentra como límite la obligación de reconocer y garantizar ese mismo derecho a las generaciones venideras.

Definición de ecoturismo: La Sociedad Mundial de Ecoturismo lo definió como: *"el propósito de viajar a áreas naturales, entender la cultura y la historia natural del medio ambiente, tener cuidado de no alterar los ecosistemas y producir oportunidades económicas que hagan de la conservación de los recursos un beneficio para los pobladores locales"*. Y la Organización Mundial del Turismo (OMT) dice que es *"un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local."*

A.- Ecoturismo: Se abordará la actualidad de esta modalidad turística, sus características principales, la relación con las empresas ecoturísticas, la declaración de Quebec sobre ecoturismo y los valores del ecoturismo

B.- Ecoturismo y Áreas protegidas: Siendo que el ecoturismo se desarrolla principalmente en áreas protegidas, abordaremos el Sistema Nacional de Áreas protegidas, su importancia, la legislación aplicable, la conformación, objetivo, funciones, clases de áreas protegidas, beneficios y valores. Asimismo, analizaremos las Metas de Aichi referentes a las áreas protegidas y los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible que las complementa en la actualidad.

Por último, el proyecto de Ley con Presupuestos mínimos para la protección ambiental en Áreas protegidas.

METODOLOGÍA

Va de suyo decir que los Parques Nacionales y Reservas son destino de la mayoría de las y los turistas, lo que no me es excluyente, por lo que en principio lo que me convoca a escribir sobre este tema es mi deseo de continuar siendo cada día una ecoturista más involucrada.

A su vez, como abogada y docente, puedo profundizar sobre el marco normativo aplicable en este desarrollo tan complejo de la actividad turística, vinculado con la ecología, lo social y lo humano.

Por último de la lectura de diferente doctrina se puede armonizar el escrito otorgándole contenido actual y útil que sirva de disparador para mayor profundización.

CONCLUSIONES

Queda claro que lo que tenemos es poco. Si buscamos el desarrollo de un turismo sustentable, principalmente en la modalidad del ecoturismo, con el objetivo de cuidar nuestro planeta pero también de generar nuevas miradas y deseos en nuestros/as turistas, que lo conviertan en un sujeto activo del entorno, de su historia y de su conservación y proyección, que a su vez tenga la capacidad de ser rentable económicamente, debemos trabajar como operadores del derecho dedicados al sector turístico y sus problemáticas, en la creación de nuevos, específicos y modernos sistemas jurídicos, más completos, transdisciplinarios, con nuevos institutos y con un enfoque económico, sustentable, inclusivo y transgeneracional. La posmodernidad y la pospandemia exigen una revisión legislativa que dé respuesta a los retos planteados en la actualidad.

BIBLIOGRAFIA

Guidi, Graciela “Desarrollo local y turismo: ejes de articulación entre ambos conceptos”, Derecho del Turismo tomo 2 - 2019

UNWTO Tourism Definitions <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858#:~:text=El%20ecoturismo%20es%20un%20tipo,fomentar%20el%20bienestar%20de%20la>

Ecoturismo y Areas Protegidas <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>

Baez, Ana “Ecoturismo/Turismo responsable: el caso de Costa Rica”. 1996
TURISMO SOSTENIBLE Y ECOTURISMO por Lic. Bolívar Troncoso ponencia en la IX CONVENCION NACIONAL DE ESTUDIANTES DE HOTELERIA Y TURISMO (CONEHOTU), DEL 17 AL 21 DE MAYO DE 1999, PORLAMAR, ISLA DE MARGARITA, ESTADO DE NUEVA ESPARTA, VENEZUELA.
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/Ecoturismo/TSE.pdf>

Nota técnica “La Diversidad Biológica y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”
<https://www.cbd.int/development/doc/biodiversity-2030-agenda-technical-note-es.pdf>

Proyecto de Ley de Presupuesto mínimos para la protección ambiental en Areas Protegidas <https://www.hcdn.gob.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=3127-D-2019>

Mesa de Trabajo N°11: La importancia del turismo de naturaleza en el nuevo paradigma de un turismo más sostenible, inclusivo y resiliente.

LA IMPORTANCIA DEL TURISMO NATURALEZA POST PANDEMIA EN ARGENTINA REFLEJADO EN LA RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA MTYD N°3/2021

Raimondi María Florencia.

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

Producto de la pandemia COVID19, la actividad turística debió ser repensada a los fines de poder brindar otro tipo de servicios a los turistas, resguardando su salubridad y los nuevos contextos que se generaron, no sólo desde el aspecto sanitario, sino también los requerimientos y las exigencias propias de cada Estado, para poder ingresar y salir de los mismos.

A partir de ello, es que el turista se volvió más exigente en la búsqueda de destinos, condiciones y prestaciones que se ofrecen, requiriendo un mayor contacto con la naturaleza y el aire libre, por el temor propio que generó la epidemia.

De este modo, es que el turismo naturaleza cobró una importancia superlativa post pandemia, en concordancia con los nuevos paradigmas pregonados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), en lo que se refiere al turismo sustentable.

Dentro del turismo naturaleza, podemos agrupar otros tipos de turismo, como son el ecoturismo, el turismo rural y el turismo de aventura, los cuales tienen la característica común de que se desarrollan en un entorno natural, buscando minimizar el impacto negativo sobre dicho entorno y el sociocultural dentro del mismo.

Todos ellos, por los motivos referenciados, son fomentados y desarrollados con mayor ahínco desde la pandemia, en las distintas partes del mundo; más allá de encontrarse en desarrollo desde décadas anteriores.

La República Argentina no fue ajena a dicho desarrollo, y en el año 2021 el Ministerio de Transporte y Deportes, emitió la Resolución Administrativa N°3/2021, a través de la cual creó el programa “La Ruta Natural”.

De este modo, el Ministerio de Turismo y Deportes busca fomentar el turismo naturaleza en todo el país y consolidarlo como destino de naturaleza de clase mundial, mejorando la experiencia de los turistas y contribuyendo al desarrollo sostenible y sustentable de territorios y comunidades a partir de sus valores naturales.

El programa resulta ser ambicioso, en tanto comprende diecisiete rutas que atraviesan todo el largo y ancho del país, debiéndose adecuar las referidas rutas y sus conexiones, como así también reactivar sitios que no se encontraban siendo explotados, buscándose impulsar

A través del presente trabajo, se buscará analizar la normativa específica que implementó el programa “La Ruta Natural”, lo que ella comprende, el avance en su implementación a lo largo del país y la adaptación de la normativa a las diferentes provincias.

Objetivo General

- Investigar la aplicación del marco normativo específico generado en Argentina para fomentar el turismo naturaleza, a través del programa “La Ruta Natural”.

Objetivos Específicos

- Analizar la Resolución Administrativa MTyD N°3/2021 y si existe reglamentación específica en las diferentes provincias de Argentina.
- Investigar si existen otros marcos jurídicos referentes al turismo naturaleza en conexión con el programa “La Ruta Natural”, desarrollado por el Estado Nacional.
- Indagar respecto del desarrollo del programa “La Ruta Nacional” y el fomento del turismo sustentable, entendiendo que ambos tipos de turismo se correlacionan a los fines del cuidado del medioambiente.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El turismo de naturaleza está relacionado directamente con el desarrollo y el turismo sostenible, y prácticamente está referido a los hábitats naturales y a su biodiversidad, donde adquieren gran relevancia los parques naturales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el medio rural, el agroturismo y el involucramiento de la población perteneciente al área determinada de implantación turística.

El Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, dictó en el mes de enero del año 2021, la resolución administrativa N°3/2021, creando a través de ella, el programa “La Ruta Natural”, a los fines de fomentar el turismo naturaleza para que sea explotado a nivel local y reconocido a nivel mundial.

Por ello, después de un año y medio de pensarlo, el organismo dio vida al programa “La Ruta Natural”, la cual resulta ser un proyecto federal, que busca impulsar el desarrollo territorial, a través del turismo y del turismo naturaleza, fortaleciendo diecisiete (17) rutas a lo largo del país, las cuales se destacan justamente por su naturaleza y su biodiversidad. De éste modo, el turismo de naturaleza supone una enorme oportunidad de contactar con las raíces naturales y saludables que las personas necesitan en los hábitats en los que conviven, y puede actuar de compensación ante la “comodidad” del hábitat urbano polucionado y su ritmo de vida estresante; máxime después de lo que la pandemia generó a nivel salud física, mental, psíquica y emocional.

Por otra parte, siendo que se trata de un programa que abarcará diecisiete rutas de nuestro país, a los fines de poder llevar a cabo el programa “La Ruta Natural”, el Estado Nacional requirió ayuda al Banco Interamericano de Desarrollo, el cual realizó una inversión de U\$S 33.000.000; pudiéndose visualizar en el sitio web del programa, dónde se están realizando las obras y el avance de las mismas.

En la actualidad no contamos con desarrollos científicos que den cuenta de los beneficios del programa en estudio, como así tampoco de la normativa específica a nivel provincial para la explotación del turismo naturaleza; situaciones que serán investigadas a través del presente trabajo.

METODOLOGÍA

Se procederá a utilizar un método mayormente cuantitativo, en donde se manejarán fuentes de información primarias y secundarias, dado que se encuentra en análisis la efectividad de una normativa emitida por un organismo nacional, requiriéndose información de bases de datos públicas.

Asimismo, se procederá a realizar encuestas vía mail con el organismo encargado de llevar adelante el programa “La Ruta Natural”, a los fines de ahondar en el desarrollo del mismo.

BIBLIOGRAFÍA

Martínez Quintana, Violante (2017). El Turismo De Naturaleza: Un Producto Turístico Sostenible. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, Vol. 193-785, julio-septiembre 2017, a396. ISSN-L: 0210-1963.

Troncoso, Bolívar (1999). TURISMO SOSTENIBLE Y ECOTURISMO. IX CONVENCIÓN NACIONAL DE ESTUDIANTES DE HOTELERÍA Y TURISMO (CONEHOTU), DEL PORLAMAR, ISLA DE MARGARITA, ESTADO DE NUEVA ESPARTA, VENEZUELA.

Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo y Brundtland, G. H. (1989). Nuestro Futuro Común. Disponible en:

<https://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobreMedio-ambiente-y-Desarrollo>

Resolución Administrativa MTyD N°3/2021

<https://www.iadb.org/es/noticias/bid-aprueba-us33-millones-para-promover-el-turismo-de-naturaleza-en-argentina>

<https://www.mininterior.gov.ar/planificacion/pdf/Plan-Federal-Estrategico-Turismo-Sustentable-2025.pdf>

<https://larutanatural.gob.ar/es>

Mesa de Trabajo N°11: La importancia del turismo de naturaleza en el nuevo paradigma de un turismo más sostenible, inclusivo y resiliente.

TURISMO RURAL: CARACTERÍSTICAS Y EL MARCO LEGAL APLICABLE

Garobbio Carlos Ezequiel.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

El turismo clásico o tradicional, que desde hace muchos años se desenvuelve en los conocidos y tradicionales circuitos de “mar y sierras”, en los que se han destacado la costa atlántica bonaerense, las sierras de Córdoba, sumando al hermoso Norte argentino, la zona de Cuyo, y Patagonia, -por citar algunos ejemplos- ha dado paso a otras modalidades y lugares, por los que el turista busca “otras opciones o alternativas” de visitar y disfrutar. Apareció así, el denominado “*turismo alternativo*”, con diversas modalidades en zonas del país menos visitadas, nuevas actividades, contacto directo con la naturaleza, mayor participación del viajero, turista, o visitante, un “turismo activo”, y “de aventuras”. Se puede clasificar entonces a estas variantes de turismo alternativo, como **turismo de naturaleza, turismo activo, ecoturismo y turismo rural**.

Dentro de estas modalidades, sin dudas el TURISMO RURAL es el que más ha crecido en nuestro país en los últimos 30 años. La rica historia de nuestro país, tiene grandes capítulos en el interior, en históricas estancias, en los pueblos rurales, en sus caminos, en las extensas redes ferroviarias, en el comercio, nuestras historias y tradiciones, la diversidad cultural según la región que se trate. Del Norte al sur, del oeste al este, Argentina posee una rica y hermosa propuesta de lugares dispares para ser visitados y disfrutados.

A los fines de su investigación, planificación, desarrollo, promoción, etc., distintas instituciones y Organismos públicos, han expresado diversos conceptos y definiciones.

¿Qué es el turismo rural en Argentina? ¿Cuáles son sus principales características y contenidos? ¿Cuál es el marco legal aplicable?

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

¿Qué es el turismo rural en Argentina? ¿Cuáles son sus principales características y contenidos? ¿Cuál es el marco legal aplicable?

Según sostiene Gabriela F. Rodríguez⁵⁵ “*Se puede definir como turismo rural a un conjunto de procesos de valorización de prácticas, lugares, objetos y sujetos de los espacios rurales, resignificados y refuncionalizados para ofrecer actividades y/o atractivos ocio-recreativos. Estas iniciativas se caracterizan por el uso, disfrute y consumo de diferentes elementos naturales y culturales de dichos espacios que son organizados por diferentes actores (locales, extra-locales, internacionales, privados y estatales) y mediados por el saber técnico para ser dispuestos en el mercado turístico. Así, el turismo rural se inscribe dentro de lo que algunas aproximaciones definen como*

⁵⁵ Gabriela F. Rodríguez (en su artículo publicado en <https://www.teseopress.com/diccionarioagro/chapter/turismo-rural>)

nuevas ruralidades y contribuye a redefinir las relaciones campo-ciudad y cultura-naturaleza.”

Desde nuestra cátedra de Legislación turística, y en los numerosos cursos dictados y participación en eventos sobre turismo rural (en especial en RATUR⁵⁶), hemos sostenido desde los comienzos, que no debe considerarse como sinónimos al **turismo rural con el turismo “de estancias”**; si bien son complementarios, son dos aspectos con contenidos y formas diferentes. Las visitas y hospedajes en las diversas estancias y chacras en nuestro país, es la mayor parte de la gran oferta turística de esta modalidad, pero no es la única. *Turismo rural es mucho más que turismo de estancias.*

Coincidimos con el trabajo realizado por la Cátedra Iberoamericana de la Universidad Islas Baleares⁵⁷, en cuanto opinan que *“En la mayoría de los abordajes acerca del turismo rural en Argentina, se hace hincapié en el turismo de estancias. El tenor de estos estudios confunde el turismo que se lleva a cabo en los espacios rurales, con turismo de estancias. En este trabajo, como en otros que ha desarrollado este grupo de investigación, se insiste en la necesidad de diferenciar el turismo rural del turismo de estancia. Éste se da en el espacio rural pero no es el único, conjuntamente se manifiestan otros como el turismo en comarcas rurales y el turismo aventura. Es decir, que se considera turismo rural cuando éste involucra la participación activa de la población rural, genera empleo genuino e induce transformaciones territoriales tangibles.”* Por otra parte, en el contexto del **“Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable”** (PFETS) edición 2005⁵⁸, luego de extenso debate de sus participantes, lograron por consenso, dar algunas definiciones de estas modalidades turísticas. (del glosario). Así, tenemos que

a) Turismo de Aventura: se entiende que es *“Viaje o excursión con el propósito específico de participar en actividades en un medioambiente natural, para explorar y vivenciar una nueva experiencia, suponiendo generalmente el factor riesgo y cierto grado de destreza o esfuerzo físico asociado a desafíos personales.”*

b) Ecoturismo: Toda forma de turismo en la cual la principal motivación es la observación e interpretación de la naturaleza, generando mínimos impactos negativos sobre el ambiente natural y cultural donde se desarrolla, contribuyendo a su conservación.

c) Turismo Activo: Es una modalidad de turismo cuya motivación principal es la práctica de actividades turístico-recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la protección del patrimonio natural y cultural del sitio visitado.

d) Turismo Rural: *“Modalidad turístico-recreativa que se desarrolla en establecimientos de ámbito rural o en sus inmediaciones y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales.”* Se desarrolla particularmente en “espacios rurales”, naturales, en cualquier zona o región del país. Abarca también a los “pueblos y comunidades rurales”, y varios edificios y establecimientos allí ubicados, como pulperías, almacenes de campo, estaciones de ferrocarril, estafetas postales, escuelas rurales, etc.

⁵⁶ RATUR Red Argentina Turismo Rural – asociación civil

⁵⁷ (1.4- Análisis y evolución del turismo rural en Argentina - <https://fci.uib.es/Servicios/libros/investigacion/nogar/1.4--Analisis-y-evolucion-del-turismo-rural-en.cid218088>)

⁵⁸ Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable” – (PFETS) VOLUMEN 1 – Apéndice B GLOSARIO – publicado por el Consejo Federal de Inversiones - <http://biblioteca.cfi.org.ar/documento/turismo-2016-plan-federal-estrategico-de-turismo-sustentable/>

La ley nacional de turismo 25.997⁵⁹, en el ANEXO I, al detallar las “actividades comprendidas conforme la clasificación internacional uniforme de las actividades turísticas de la organización mundial de turismo, en el inc. 1. **Actividades directamente vinculadas con el turismo**, se refiere en el pto. 1.1.4. a los “**Servicios de hospedaje en estancias**”; entendemos que es una denominación incorrecta de la norma, pues -como sostenemos más arriba- el TURISMO RURAL es mucho más que un servicio de “hospedaje”, o conocido como “hospedaje en estancias”. Como lo define el glosario del Plan Federal citado, “es una modalidad turístico-recreativa” se desarrolla en establecimientos de ámbito rural, en emprendimientos (pueden ser estancias, chacras, fincas, casas de campo, etc.) o en sus inmediaciones-

¿Cuál es el contexto para el turismo rural? Cabe preguntarse: Para el turista, qué aspectos destacados lo hace desear y decidir el desarrollar una actividad en contacto con la naturaleza? Sin dudas, son escaparse de las grandes ciudades, del tránsito, de los ruidos, de las muchedumbres, del smog.. buscar tranquilidad; y del lado del prestador del servicio, del titular del lugar, de la estancia? cabe preguntarse si quieren desarrollar la actividad de turismo rural, ¿qué es lo mejor que pueden ofrecerle al turista? Sin dudas que ofrecer esa paz, esa tranquilidad, el “silencio”...ausencia de ruidos molestos, aire puro, sin smog... en otras palabras, disfrutar de un ambiente con la naturaleza; en síntesis, “**slow life**”. La “vida tranquila”, vivir sin apuros” es un movimiento internacional que promueve la desaceleración de nuestro estilo de vida actual. Así, la “vida lenta” tiene como objetivo controlar nuestro propio tiempo en lugar de vivir atados a la inmediatez. ¿Qué es y por qué será parte de la nueva normalidad? ¿Es posible desacelerar nuestro estilo de vida? El movimiento Slow Life lo afirma y ganará nuevos adeptos como parte de la nueva normalidad.

En este sentido, **Andrea Ochoa**⁶⁰ publicó el 10/8/2020 un artículo sobre esta nueva modalidad de vida cercana la naturaleza; “*Slow Life es un movimiento internacional que surgió hace algunas décadas y ha resurgido debido al confinamiento por Coronavirus. Pero, ¿qué es? Esta corriente cultural propone la desaceleración de nuestro estilo de vida para controlar nuestro propio tiempo. De acuerdo con el Slow Life, es posible vivir a un ritmo más lento y relajado, incluso en las grandes ciudades. Además, esta filosofía promueve el desarrollo integral de las personas, con actividades que equilibran el cuerpo, la mente y el espíritu.*” Son características de la vida slow:

Opta por una vida verde: Trata de incorporar hábitos en tu día a día que fomenten el cuidado del medio ambiente. Puedes comenzar con el uso de productos naturales u orgánicos en el hogar, tu cuerpo y tu alimentación.

Contacto con la naturaleza: Tómame un fin de semana para salir de su rutina y disfruta de la naturaleza, pasear por zonas verdes o hacer ejercicio en entornos naturales ayuda a la relajación. El turismo de naturaleza, y en especial, el turismo rural, brindan este marco ideal.

***EL TURISMO RURAL** –además del merecido descanso- permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades, directas, indirectas, participando activamente u observarlas; Conocer las diferentes formas de vida de las comunidades rurales, **nuestra tradición gauchesca** y la naturaleza en toda su riqueza y diversidad. Tan importante es el aspecto cultural e histórico, que recordamos y

⁵⁹ Sancionada diciembre 16 de 2004 - Promulgada: enero 5 de 2005

⁶⁰ Andrea Ochoa - 10 de agosto de 2020 en <https://www.admagazine.com/editors-pick/slow-life-que-es-y-por-que-sera-parte-de-la-nueva-normalidad-20200810-7251-articulos#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20Slow%20Life,vivir%20atados%20a%20la%20inmediatez>

homenajeamos como “**DIA DE LA TRADICION**” cada 10 de noviembre a uno de los grandes escritores de nuestro país: José Hernández ⁶¹ fue uno de los referentes de la literatura gauchesca, con **El gaucho Martín Fierro** (1872) y **La vuelta de Martín Fierro** (1879). El gaucho payador Martín es el protagonista de la historia quien, víctima de la opresión y la injusticia, huye para convertirse en un gaucho fuera de la ley.

En lo que respecta al “**turismo de estancias**”, en particular, en nuestro país se ha desarrollado con notable crecimiento como una alternativa para los productores y propietarios de establecimientos rurales, frente a tantos períodos de crisis. Ante los constantes cambios de políticas agropecuarias, suba y baja de precios (tanto en mercados nacionales como internacionales), constante incremento de los costos de los numerosos insumos, etc., se vio la posibilidad de “abrir las tranqueras al visitante, al turista”, ofreciendo una alternativa de una nueva actividad, de naturaleza turística, permitiendo generar un genuino ingreso de fondos, todo obviamente condicionado a diversos factores, como atractivos, paisajes, actividades, etc.-

En este contexto de necesidades, nacieron varias instituciones que nuclean a los productores, en defensa de sus derechos. La opción del aspecto “turístico”, motivó al INTA a promocionar la vinculación de productores propietarios de establecimientos que deseaban abrir sus tranqueras al turismo. Este fue el origen de **RATUR**.

***PROGRAMA “pueblos turísticos”.**

El turismo rural comprende también a ciertos pueblos con destacadas características y atractivos turísticos. Por ello, los organismos provinciales y nacionales, fomentan la puesta en valor de los “pueblos turísticos”, Así, la Provincia de BS. AS. , con respecto al **TURISMO DE NATURALEZA**, estableció hace unos años un programa para fomentarlos⁶². Con este objetivo, fueron designados como Pueblos Turísticos a Azcuénaga, Carlos Keen, Mechongue, Saldungaray, Uribelarrea, etc.-

Proponían beneficiar a las pequeñas localidades de la Prov. Bs. As., promoviendo e incentivando el desarrollo de actividades y emprendimientos turísticos sostenibles. En la misma línea, el Gobierno nacional, promovió la sanción por el Congreso Nacional de la **ley 27324**⁶³, que regula un **régimen de promoción de pueblos rurales turísticos** y actividades turísticas. La ley tiene por objeto promover el desarrollo sustentable de las actividades turísticas de los pueblos rurales, mediante la implementación de acciones que contribuyan a obtener un mejor aprovechamiento de su potencial.

*** Características principales de los servicios brindados al turista. Perspectivas estratégicas del turismo rural. Opciones y desafíos.**

El principal desafío para el prestador de estos servicios turísticos es “abrir las tranqueras” al visitante, al turista, al pasajero; **LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS SON:**

- 1) Actividades desarrolladas principalmente en espacios “no urbanos”, en espacios “rurales”, tanto en los establecimientos agropecuarios, como en los pueblos y lugares aledaños;
- 2) La mayoría de las actividades brindadas a los turistas son las cotidianas, productivas y culturales, y se desarrollan en su mayor parte al aire libre, en contacto directo con la naturaleza, con los animales de todo tipo;
- 3) son desempeñadas y brindadas principalmente por “**empresas familiares**”, atendidos por sus dueños y familia;

⁶¹ José Hernández, nacido en 10/11/1834, fue uno de los referentes de la literatura gauchesca, con **El gaucho Martín Fierro** (1872) y **La vuelta de Martín Fierro** (1879), como sus obras más importantes.

⁶² (<https://www.buenosaires.tur.ar/nota/tres-destinos-agrestes-para-disfrutar>).

PUEBLOS TURISTICOS PROV. BS.AS. PROGRAMA

<http://www.turismo.gba.gov.ar/accesible/turismocomunitario>

⁶³ ley 27324, sancionada 16-11-2016 - Publicada BO. 15-Dic-2016);

4) todos los servicios brindados al turista son “informales”, con apreciable cordialidad y mucho afecto;

5) Hay una marcada interrelación con la familia dueña de casa (anfitriones) y sus costumbres; aplican el lema de facilitar al huésped el “conocer, compartir, aprender”.

6) Inclusión de actividades tradicionales como actividades recreativas y turísticas. Permite la participación del turista en paseos con vehículos rurales clásicos (por ej. Carruajes, sulky, etc.), travesías en 4 x 4, un poco de “turismo aventura” en ámbito natural, rural... Participar en actividades de aventura y destreza... Disfrutar de cabalgatas, etc. Acceso personal a la huerta con verdura fresca, permite el huésped participar de la “cosecha” y seleccionar su propia ensalada....

7) Inclusión de actividades tradicionales como actividades recreativas y turísticas. Mostrar los atractivos naturales, la fauna, safaris fotográficos... Mostrar los utensilios, elementos caseros, herramientas, arados, carruajes, etc., y sus historias.. Todo ello permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales.

8) visitar y conocer lugares y edificios cercanos a los establecimientos rurales, como almacenes de campo, pulperías, escuelas rurales, estaciones de ferrocarril, etc.

***MOSTRAR AL VISITANTE LA VIDA DEL CAMPO**

Desde su fundación en 1998, RATUR ha difundido y promovido el turismo rural. Ha participado en numerosas Ferias, Jornadas, eventos, y muy especial, en el Predio Ferial de Palermo de la Sociedad Rural Argentina (S.R.A.) en numerosas exposiciones rurales allí celebradas.

* **El turista como "consumidor.** El turista, (“viajero”, persona, sujeto de derecho), al adquirir o requerir la prestación de un servicio turístico, o vinculado a una actividad turística, directa o indirecta (transporte, alojamiento, gastronomía, recreación, etc., o por medio de una agencia de turismo) es considerado un “consumidor” de tales servicios; Sus principales derechos están regulados y resulta aplicable el régimen de defensa del consumidor normado en la Ley 22.240 y Decreto 1798/94 y reformas por Ley 26.361 del 10/4/08, y otras normas complementarias.

***HOSPEDAJE RURAL**

Otra característica específica del Turismo rural es el hospedaje en las estancias, en chacras, etc. Son formas no convencionales de alojamiento y la consolidación de nuevos destinos. Debe quedar claro que es una forma de “hospedaje informal” y que no es hotelería convencional, y queda fuera de los parámetros tradicionales.

Alojarse en una estancia, en una casa de campo, tiene enormes y diferentes atractivos. El huésped, -en la mayoría de los casos- se hospeda en una auténtica “casa de familia” (los dueños genuinos, la familia rural que recibe a los huéspedes, son auténticos y actuales), con una muy variada diversidad de construcciones, de edificios, dese sencillas típicas de casa de campo, hasta enormes y hermoso “castillos de estilo”.-

Unos y otros, mantienen un principio básico: brindan un servicio de hospedaje, incorporando al alojamiento las comodidades mínimas de confort (higiene, salubridad, etc.), pero manteniendo el estilo “rural”, muebles, artefactos, etc. - Es un Hospedaje informal, y algunas estancias brindan servicio como si fueran “hoteles 5 estrellas en el campo”. Sin embargo, debe quedar bien en claro al turista y viajero, que el hospedaje en estancias, NO es un “hotel de campo”, como si los hay de conocidas cadenas hoteleras internacionales. En las estancias y establecimientos donde se reciban huéspedes y brinden servicios de “hospedaje”, cabe aplicar los principios generales regulados en el código civil y comercial CCyC.(texto según la Ley 26994, siendo que entonces, no resulta aplicable el régimen legal de la Ciudad de Buenos Aires (propiedades que sean dadas en

locación temporaria con fines turísticos de manera habitual), ni tampoco la figura de la locación de inmuebles con “fines turísticos”, regulado por la ley N° 27.551, (que modificó el CCyC Art. 1199). Si bien no resulta aplicable el régimen legal de la hotelería ni alquileres temporarios.

La Prov. De BS.AS. tiene un régimen hospedaje rural, bajo la ley 14.209/10 y el decreto reglamentario 13/14; la norma declara de interés provincial al turismo como proceso socioeconómico esencial y estratégico para el desarrollo de la provincia; crea el consejo de promoción turística, Coprotur. A través de la Resolución N° 23- Subsecretaría de Turismo Gobierno de la Prov. de Bs. As. Año 2014, crea “**el Registro de Hotelería y Afines**” (art. 2°) que será parte integrante del Registro de Prestadores Turísticos y que comprende a los Hoteles, Apart Hoteles, Hoteles Boutique... y **Alojamiento Turístico Rural**.

***MARCO LEGAL APLICABLE TURISMO RURAL**

En todo el complejo universo jurídico y normativo argentino, mucho del cual hemos mencionado es este trabajo, surge que no hay una ley nacional que regule al de turismo rural. Sin embargo, resulta aplicable todo el régimen de derecho privado, en especial el código civil y comercial (texto según la Ley 26994) (Grandes Paradigmas del Derecho Privado). A modos se breve síntesis, podemos enumerar las principales normas que resultan aplicables a esta modalidad turística: ley nacional de Turismo 25.997, ley de agencias de viajes 18828 (cuando se contraten servicios a través de agencias), Ley general de Sociedades 19550 (para los casos de organización empresaria de los prestadores), Ley Defensa Consumidor 24240 (toda vez que el turista/viajero es u consumidor), otras Leyes Especiales (microsistema normativo Autosuficiente. Ej.: Seguros y Entidades Financieras), L.C.T. contrato de trabajo 20744 y los Convenios colectivos respectivos en los casos de existir empleados en relación de dependencia con los prestadores, (CCT.), Ley de seguros 17.418, sobre higiene y seguridad en el Trabajo la Ley 19.587 y la Ley 24.557 de Riesgos del Trabajo. En determinadas regiones y zonas de nuestro país, pueden aplicarse los regímenes de la Ley 25.743 Patrimonio Arqueológico, Ley n° 25.675 sobre medio ambiente, y Ley 22351 Parques Nacionales. Como ya dijimos, sobre pueblos rurales la ley 27324, que regula un régimen de promoción de pueblos rurales turísticos y actividades turísticas: y en el marco local, citamos a modo de ejemplo las Leyes y reglamentaciones locales (prov. y municipios), y en particular, en la Prov. Bs. As., la LEY 14209 Y Decreto 13/2014 reglamento de reclasificación y recategorización de alojamientos turísticos. régimen de hospedaje.

CONCLUSIONES

Se puede clasificar las variantes de turismo alternativo, como turismo de naturaleza, turismo activo, ecoturismo y turismo rural. Dentro de estas modalidades, sin dudas el TURISMO RURAL es el que más ha crecido en nuestro país en los últimos 30 años. No debe considerarse como sinónimos al **turismo rural con el turismo “de estancias”**; si bien son complementarios, son dos aspectos con contenidos y formas diferentes. Las visitas y hospedajes en las diversas estancias y chacras en nuestro país, es la mayor parte de la gran oferta turística de esta modalidad, pero no es la única. *Turismo rural es mucho más que turismo de estancias*. se insiste en la necesidad de diferenciar el turismo rural del turismo de estancia. Éste se da en el espacio rural pero no es el único, conjuntamente se manifiestan otros como el turismo en comarcas rurales y el turismo aventura. Es decir, que se considera turismo rural cuando éste involucra la participación activa de la población rural, genera empleo genuino e induce transformaciones territoriales tangibles.

En lo que respecta al “**turismo de estancias**”, en particular, en nuestro país se ha desarrollado con notable crecimiento como una alternativa para los productores y propietarios de establecimientos rurales, frente a tantos períodos de crisis. se vio la posibilidad de “abrir las tranqueras al visitante, al turista”, ofreciendo una alternativa de una nueva actividad, de naturaleza turística, permitiendo generar un genuino ingreso de fondos, todo obviamente condicionado a diversos factores, como atractivos, paisajes, actividades, etc.-

Las principales características son: Actividades desarrolladas principalmente en espacios “no urbanos”, en espacios “rurales”, tanto en los establecimientos agropecuarios, como en los pueblos y lugares aledaños; La mayoría de las actividades brindadas a los turistas son las cotidianas, productivas y culturales, y se desarrollan en su mayor parte al aire libre, en contacto directo con la naturaleza, con los animales de todo tipo; son desempeñadas y brindadas principalmente por “empresas familiares”, atendidos por sus dueños y familia siendo que todos los servicios brindados al turista son “informales”, con apreciable cordialidad y mucho afecto;

Si bien no hay una ley nacional que regule al TURISMO RURAL, si resulta aplicable un amplio marco normativo para las actividades que se desarrollen tanto en las estancias, establecimientos rurales y pueblos turísticos.

La opción del aspecto “turístico”, motivó al INTA a promocionar la vinculación de productores propietarios de establecimientos que deseaban abrir sus tranqueras al turismo. Este fue el origen de RATUR. A modo de síntesis, cabe citar el mensaje difundido el 28/4/2015 por la Asociación civil RATUR I⁶⁴

“A socios y amigos, Una vez más desde RATUR, hacemos llegar un especial saludo. Y, como ciudadanos DEL CAMPO que por ello dimos inicio a esta Red, ante una situación de crisis nos permitimos compartir reflexiones que surgen desde el momento que vivimos y de nuestra especial visión campera y amor al terruño. ... La ardua tarea de quien trabaja el campo NO SE VE, pero si sus frutos. Pensemos en: ¿que comemos?, ¿Que bebemos?, Con que nos abrigamos? Etc., etc. Si en toda esa inmensa tarea no está la República es cuando aparecen la incertidumbre, la duda. Debemos bregar para que funcionen en forma real y concreta las instituciones: eso hace a la República. Y así se logra que quien trabaja el campo, a muchas distancias, en soledades, y en muchos casos haciendo frente a diversas contingencias pueda hacerlo con tranquilidad, con entusiasmo, mirando el futuro con muchas esperanzas. Es momento de saber actuar. Nuestro voto vale. Sepamos transmitir la seguridad que da nuestra tierra si se la cuida, trabaja y protege como corresponde. En Ratur se está elaborando un plan de acción para que el Turismo Rural que tuvo sus motivos de inicio, hoy actualice y profundice sus objetivos. Permitiendo mostrar el valor de nuestro suelo y trabajo en todas sus dimensiones. un saludo. Olga Martí de Oliva. Secretaria - Roberto Fernández Speroni. Presidente”

BIBLIOGRAFIA

Gabriela F. Rodriguez (en su artículo publicado en <https://www.teseopress.com/diccionarioagro/chapter/turismo-rural>)

Análisis y evolución del turismo rural en Argentina - Universitat de les Illes Balears - Càtedra Iberoamericana

<https://fci.uib.es/Servicios/libros/investigacion/nogar/1.4--Analisis-y-evolucion-del-turismo-rural-en.cid218088>

⁶⁴ RATUR Red Argentina Turismo Rural – asociación civil - <https://www.facebook.com/ratur.org/>

MINTUR: Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación

<https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes>

“Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable” (1) (PFETS)

(1)https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/plan_federal_estrategico_de_turismo_sustentable_2025.pdf

Andrea Ochoa: artículo sobre slow life - esta nueva modalidad de vida cercana a la naturaleza; (10/8/2020) en <https://www.admagazine.com/editors-pick/slow-life-que-es-y-por-que-sera-parte-de-la-nueva-normalidad-20200810-7251-articulos#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20Slow%20Life,vivir%20atado%20a%20la%20inmediatez>

RATUR Red Argentina Turismo Rural – asociación civil:
<https://www.facebook.com/ratur.arg/>

PROV. BS. AS. – TURISMO DE NATURALEZA

<https://www.buenosaires.tur.ar/nota/tres-destinos-agrestes-para-disfrutar>

*Slow living: qué es y qué hábitos plantea este estilo de vida, por Mario Arrimada - <https://psicologiyamente.com/vida/slow-living> - 18/4/2022 -

Mesa de Trabajo N°11: La importancia del turismo de naturaleza en el nuevo paradigma de un turismo más sostenible, inclusivo y resiliente.

EXPERIENCIAS DE DOCENCIA Y/O EXTENSIÓN

TOLHUIN, RETRATOS DE UN PAISAJE ATEMPORAL

Tosti Andrea, Andrés Cecilia, Fulco Camila, Santillán Florencia, Intriago Paul.
MPMAC, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de La Plata

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

El desarrollo del taller de proyectos de paisaje constituye un momento de aplicación de las asignaturas teóricas que se van desarrollando mediante el trabajo de ejercicios proyectuales sobre un área determinada, cargada de identidad programática y territorial, donde se puedan identificar una serie de conflictos en la relación cultura-naturaleza. Los integrantes del equipo de maestrandos, tenemos diversos orígenes, profesiones y trayectos formativos, esto nos ha posibilitado un abordaje interdisciplinario. Para llevar adelante este Trabajo desde la Maestría se gestionó la articulación con otras instituciones, la Red la Red Argentina del Paisaje, (aportes conceptuales y metodológicos), y el Municipio de Tolhuin, (Entrevistas a Directores de la Dirección de Ambiente del mismo). Con respecto a los beneficiarios, en función de la propuesta proyectual, son con efecto directo los vecinos y pobladores en tanto que indirectos a turistas y visitantes.

Algunas consideraciones importantes, en primer lugar, que el presente trabajo fue realizado en contexto de Covid 19, por lo que hemos recurrido a recursos virtuales para posibilitar aproximaciones legítimas. Tomamos contacto con actores locales, particularmente el Municipio de Tolhuin, que fue facilitado por las gestiones institucionales realizadas por el equipo directivo de la Carrera de Posgrado, para ello suscribieron un convenio de trabajo conjunto. En segundo lugar, enmarcar la propuesta de Proyecto Paisaje, dentro de las definiciones de Turismo Sustentable (TS), pensamos así en un turismo más responsable, integrado cultural y ambientalmente.

En tercer lugar, incorporar el concepto Proyecto de Paisaje, en ese sentido, Besse (2006), sitúa cinco entradas posibles al paisaje, “puertas” que se solapan entre sí y se integran en el territorio concreto, y por lo tanto en la línea proyectual del paisaje. Y por último en cuarto lugar, expresamos que el paisaje es un sistema espacio-temporal complejo, abierto y dinámico que se localiza en la interface naturaleza-sociedad, que por su configuración espacial, estructura y funcionamiento son producto de la interacción entre los componentes naturales, técnico-económicos y socio-culturales presentes y pasados. El paisaje es, también, la representación que la cultura hace de éste, la percepción individual y social que genera (Nogué, J. y Vela, J., 2011).

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

El proyecto Tolhuin, “Retratos de un Paisaje Atemporal”, presenta un circuito interpretativo del paisaje de la Ciudad de Tolhuin, situado en la Provincia de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur, en la República Argentina.” De esta manera evocamos a la memoria, mirando el presente tan rico que posee Tolhuin, para generar herramientas de intervención paisajística, que impacten positivamente en el desarrollo local. Esto permitirá posicionar a la ciudad como gestor activo de un turismo sustentable, en armonía con sus paisajes y sus ciudadanos residentes, vecinos y visitantes. La intervención posibilitará revalorizar la ciudad, posicionarla como atractivo turístico local y generar un foco de desarrollo, mediante la propuesta de Proyecto de Paisaje, situado en la terminación de la costanera y como articulador con la ruta y el acceso a la ciudad.



Hitos y Nodos en el Paisaje - Elaboración propia por parte de los autores del equipo.

Tolhuin, es una localidad que pertenece a la provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, de la República Argentina, posee algo más de 10.000 habitantes y su nombre proviene de la voz Tol-wen, en idioma selk'nam que significa “corazón”. Está ubicada en una zona boscosa de la Isla Grande de Tierra del Fuego, a la vera del Lago Fagnano, conocido también como *Khami*, no solo es el “corazón” de la Isla; es el “corazón” de la cultura Selknam, donde residieron sus últimos descendientes, pobladores originarios de Tierra del Fuego.

Su paisaje actual está conformado por extensos valles glaciares, lagos, montañas, turbales y su bosque andino patagónico. Su vía de acceso principal es la Ruta Nacional 3 que la atraviesa y conecta con Río Grande (a 105 KM) y Ushuaia (a 111 KM), que representan fuertes focos receptores de masas turísticas; y en el otro sentido, la Ruta Provincial 1, que conecta la ciudad con el Lago Fagnano. Con respecto a las Unidades de Paisaje (UP), describimos seis en un extremo la Reserva provincial Corazón de la Isla que es un Área Declarada Natural Protegida, categoría, Reserva Recreativa Natural; la Reserva Provincial Laguna Negra, que también integra al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, cuya categoría es de “Reserva Provincial de Uso Múltiple”. En otro extremo la Reserva Provincial Río Valdez (ANP), categorizada como Reserva Provincial de Uso Múltiple. Continuando, un sector intermedio la Reserva Municipal Río Turbio. Es de destacar que el Lago Fagnano constituye una cuenca binacional a la que corresponden los espejos de agua más importantes de la Provincia y para finalizar, el Borde Costero.

Introducimos en nuestra propuesta la idea de territorio en palimpsesto, que implica la vivencia territorial y la cosmogonía de la comunidad originaria “selknam”. Tomamos de los cinco descriptores físicos que postula Lynch (1970), en “La Imagen de la Ciudad”, las sendas, que estructuran los caminos (de agua o de tierra); los bordes, que

son los límites del parque; los barrios, definidos por el autor como secciones de la ciudad de distintos tamaños, son los ámbitos y sub-ámbitos; los nodos, como puntos de ingreso, están representados por accesos, centros de interpretación, museos. Por último los hitos o mojones como puntos de referencia, están representados por los recursos patrimoniales que ordenan y dan la matriz a nuestra propuesta.

La propuesta, que une la ciudad con el lago, está proyectada sobre la reserva Municipal Río Turbio, frente al lago Fagnano, elegida estratégicamente por su *potencial paisajístico*, como así también por la vinculación entre la Tierra y el Agua. Reinterpretamos los elementos propuestos por Lynch, detectamos Hitos, o nodos que definimos tomando en cuenta los espíritus que evocaban los *selknam*: estos son el AIRE, el AGUA y la TIERRA y sumamos la idea RECORRIDO, mediante el cual, establecían vinculación con el entorno. Describimos así, seis nodos estratégicos de la ciudad: el Pórtico de entrada, con la presentación de la ceremonia “*Hain*”; el Museo Kami; sobre la costa el Camping “*Hain*”; el Eolo, una de las estaciones que funcionaba como laboratorio de estudios de los regímenes de viento y la atmósfera; luego el Mirador de aves “*Haiken Chache*”, con el Sendero interpretativo ubicado dentro de la Reserva Municipal. En lengua Selk'nam, “*Haiken*”, significa observar y/o mirar; mientras que “*Chache*” significa Ave.

Presentado el diagnóstico y nuestros ejes de anclaje territorial, conceptual y simbólico, como propuesta hemos planteado, el sendero peatonal y biciesenda, que recorre el perímetro de la Reserva, denominado CHEN'N, “*Senderos que unen*” Complementa al preexistente enunciado en el párrafo anterior, y lo denominamos de esa manera incorporando la toponimia relativa a la comunidad originaria local. Para continuar, el denominado “*Paseo del Humedal*”, que se anexará al preexistente “*Haiken Chache*”, que tendrá como objetivo, el fortalecimiento de la Educación ambiental y paisajística.

En el Nodo Eolo y asociado a su motivo fundacional creímos pertinente asociar un Parque de los Vientos rememorando, a través de los sonidos de las voces del pasado, con la implementación de un órgano eólico, que evoca a que en este punto se realizaba la ceremonia ritual selknam. Incorporamos también, los denominados, *dispositivos paisajeros*, que como una serie de módulos replicables en el territorio, reinterpretan la cultura selk-nam, implementando la colorimetría e iconografía, de los mismos. Como se dijo, se encuentran inspirados en sus tradiciones y rituales, que hemos respaldado en investigaciones realizadas en Chile a través del Ministerio de Cultura, y su aplicación a partir del año 2011. Para enunciarlos se encuentran El Refugio proporcionando un acercamiento amigable a los condicionantes fenomenológicos locales, el Muelle que facilita un avistaje más cercano de las aves, su contemplación y comprensión.

LECCIONES APRENDIDAS

El proyecto de paisaje nos invita a hablar de su tiempo y lugar, potenciando los atractivos naturales y culturales de la ciudad, estableciendo a Tolhuin como un destino turístico tanto a nivel nacional como internacional, anhelando la atemporalidad.

La estrategia proyectual, respetuosa de la naturaleza, nos permitió, identificar, definir los objetivos de intervención, explicar una historia, y un hilo conductor, darle protagonismo a los residentes, al entorno físico y biológico que los alberga, pensar la

complejidad como un valor, y establecer una estructura física, con el fin de otorgarle a este entorno como a sus contenidos tangibles e intangibles, legibilidad e identidad.

Al incorporar como protagonista a la mirada en encuentro de la contemplación y diálogo, en y con el paisaje, hemos buscado que el usuario se sumerja en el mayor poder de transacción con él, es decir intercambiar, llegar, mirar, y salir de otra manera, atravesados por el paisaje.

BIBLIOGRAFÍA

Besse, J.M. (2006). "Las cinco puertas del paisaje. Ensayo de un cartografía de las problemáticas paisajeras contemporáneas".In: J. Maderuelo (coord.) Paisaje y Pensamiento. Madrid: Abada.

Carta de Turismo Sostenible (1995) "Conferencia Mundial de Turismo Sostenible". Lanzarote, España

Lynch, K (1976). La Imagen de la Ciudad. (4a ed-) Buenos Aires Infinito

Nogué, J; Vela, J: La dimensión comunicativa del paisaje. Una propuesta teórica y aplicada, en: Revista de Geografía Norte Grande, Vol. 49, 2011, pág. 25-43.

OMT - Organización Mundial del Turismo 1998 Guide for local authorities on developing sustainable tourism. WTO, Madrid Caribe. OMT, Madrid

Mesa de Trabajo N°11: La importancia del turismo de naturaleza en el nuevo paradigma de un turismo más sostenible, inclusivo y resiliente.

LA ACTIVIDAD DE TURISMO AVENTURA Y SU SITUACIÓN ACTUAL. ESTUDIO DE CASO: LA RIOJA

Guzman Cecilia Lorena.

Universidad Nacional De La Rioja

La finalidad del presente trabajo es el análisis de la normativa vigente de turismo aventura en la Provincia de La Rioja y el impacto en su aplicación.

Desde el año 2010 hasta la actualidad se viene trabajando desde la Secretaria de Turismo de la Provincia en la identificación, organización, regulación de las actividades de turismo aventura.

INTRODUCCIÓN

Turismo + territorio + desarrollo + derecho = 4 terminologías que resumen el desarrollo o la planificación de la actividad turística.

La actividad turística en la provincia de La Rioja se viene desarrollando desde hace muchos años, la actividad no ha sido planificada, se ha ido desarrollando por acciones que fueron estableciendo los organismos provinciales y locales de turismo, pero no sobre una planificación a largo plazo, por lo que el desarrollo de la actividad tiene grandes problemas de desorganización.

A partir año 2008 el secretario de Turismo de esa gestión Lic. Álvaro del Pino tuvo como lineamiento de gestión generar las bases para el desarrollo de la actividad turística en la provincia, lo que significó un fuerte trabajo en la formulación del marco normativo de la actividad turística.

Con la formulación de la Ley marco de turismo y un trabajo de relevamiento de la actividad turística en la provincia se empezó a establecer líneas de trabajo para la identificación, capacitación y registros de los prestadores turístico.

Según el Protocolo COVID-19 para **Prestadores turísticos**, define como “Prestador turístico a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate, directa o indirectamente con turistas, la prestación de los servicios turísticos, con sujeción a las normas que regulan cada actividad”

César Ramírez Cavassa, quién describe en Visión Integral del Turismo a los servicios turísticos como: “El **servicio Turístico** es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística”.

El desarrollo de la actividad del turismo requiere, no sólo la presencia de los atractivos, las actividades y los productos implantados para satisfacer las necesidades de los turistas; sino también de los servicios que permitan el acceso y la permanencia de los mismos, mediante la infraestructura y equipamientos necesarios para garantizar las mejores condiciones en su estadía.

Los servicios turísticos son una pieza esencial del turismo, ya que crean todas las asistencias que se necesitan para satisfacer las necesidades más básicas (y no tan básicas) de los visitantes.

Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una persona puede hacer u ofrecer a otra y que es esencialmente intangible y no dan como resultado la propiedad de nada su producción se puede estar o no vinculada a un producto físico Miguel Ángel Azcerena, C. expone conceptos sobre el origen y la evolución del turismo.

Así como los servicios turísticos son un componente esencial de la actividad turística que va evolucionando con los años, es importante tener en cuenta que cuando hablamos de servicios turísticos nos referimos a Alojamientos, gastronomía, agencias de viajes, guía de turismo, prestadores de turismo aventura, etc. Que a su vez son empresas de ofrecen servicios al turista y que son reguladas por normas internacionales, nacionales, provinciales y municipales.

La ley nacional **25779** ley nacional de turismo en el anexo I establece las Actividades Comprendidas Conforme la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas de la Organización Mundial de Turismo.

Mientras que la ley provincial de turismo “Ley **8820**” define a las actividades turísticas como... aquellas realizadas por personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado” luego utiliza la denominación **prestadores turístico** para referirse a cada titular de las actividades y determina en su artículo 13- Sujeción a la Ley: Quedan sujetos al régimen de la presente ley los prestadores turísticos comprendidos ANEXO I y todos aquellos prestadores de servicios turísticos que se determinen a través de la respectiva reglamentación, sea que realicen la actividad con o sin fines de lucro, en forma permanente, eventual o accidental, ya sea que presten o intermedien en la oferta de servicios turísticos.

También en el artículo 16 se crea el registro de prestadores turístico de la provincia en cual permite registrar a todos los prestadores establecido en el anexo I de la ley provincial.

Fue a partir de julio del 2015 aproximadamente que se empezó a trabajar en la formulación de la Ley de Turismo Aventura. Lo que implicó en una primera instancia la presentación el Proyecto “FORTALECIMIENTO DEL PRODUCTO TURISTICO DE AVENTURA – BASES PARA SU LEGISLACION” al CFI. Que tenía por objetivo Elaborar un proyecto de Ley del producto vinculado a la Aventura en la Provincia, que permita su desarrollo y explotación de manera ordenada y sustentable, y que genere un impacto económico positivo en la Actividad Turística y en las comunidades locales. Y un plan de Tarea: (**tarea 1.-** Relevamiento del producto aventura en la rioja. **Tarea 2.-** diagnóstico de la situación actual del turismo de aventura en la provincia. **Tarea 3.-** análisis técnico del producto aventura en la provincia. **Tarea 4.-** formulación del proyecto de ley de turismo aventura y su reglamentación. **Tarea 5.-** elaboración del documento final del proyecto de ley y su reglamentación)

El 12 de mayo del 2016 se aprueba la **ley 9820** Ley de Turismo Aventura, y se publica en el boletín oficial el 24 de junio del mismo año.

Aspectos a destacar:

1. **Definición de Turismo Aventura:** Se entiende por Turismo Aventura toda actividad que se desarrolla en interacción con la naturaleza y en consonancia con los valores paisajísticos o culturales, presentando diferentes niveles de riesgo controlables, que aporten opciones originales y seguras para incorporarlas a la oferta turística. Art. 3
 - a. **Habr**á actividades de Turismo Aventura cuando cualquiera de las actividades que se enuncian se realice mediante una forma organizada, contratándose para ello los servicios de un prestador de Turismo Aventura. Artículo 4
 - b. **No** se considera Turismo Aventura cuando las actividades se realicen por cuenta de la persona participante o por clubes debidamente autorizados en la especialidad de que se trate. Artículo 5
2. Se establecen 24 actividades

ACTIVIDADES	TIPOS	
TERRESTRES	<ul style="list-style-type: none"> • Montañismo • Travesía o trekking • Cicloturismo • Carrovelismo • Rapel • Espeleología 	Senderismo Cabalgata Travesía Todo terreno kitebuggy Escalada Campamentismo
ACUÁTICAS	Navegación Canotaje	Rafting. Buceo
AÉREAS DE VUELO LIBRE	Aladeltismo Parapentismo	
OTRAS ACTIVIDADES	Travesía fotográfica Pesca Puentismo o bungee jumping	La caza Observación de aves

Fuente: elaboración Propia

3. **Registro** de prestadores de turismo Aventura (con los derechos y obligaciones establecidos en el Capítulo VI, del Título III, de la Ley 8820. La autoridad de aplicación reglamentara y establecerá los requisitos particulares de acuerdo a la actividad de que se trate.)
4. **Operadores de Turismo de aventura** a los fines de esta ley a las Agencias de Viajes y Turismo y a las Empresas de Viajes Turismo inscriptas en el registro establecido en la Ley 18829 que presten una o más de las actividades de Turismo Aventura definidas en esta ley. Artículo 36
5. **Prestadores de Turismo Aventura** a todas las Personas Físicas y/o Jurídicas que desarrollen una o más de las actividades de Turismo Aventura definidas en la presente ley, no incluyendo en su comercialización alojamiento, alimentos en establecimientos o transporte, salvo que estos sean inherentes e indispensables para la actividad. Artículo 37.
6. **Guías de Turismo Aventura.** En toda actividad de Turismo Aventura debe participar el Guía Profesional o Idóneo, como responsable de conducir la expedición y coordinar las actividades. Artículo 39
7. **Consentimiento informado:** Es obligatorio para todos los Operadores y/o Prestadores de Turismo Aventura, previo a la realización de la actividad, requerir la firma por escrito y entregar copia a los participantes del convenio de “CONSENTIMIENTO INFORMADO”, con información veraz, completa y adecuada sobre las probabilidades de eventos de daños y de su entidad, de acuerdo a la actividad de que se trate. Artículo 44

8. **De la cobertura de riesgos y del seguro** (Es obligatorio para todos los Prestadores la contratación de la cobertura de emergencia médica y seguro de accidentes personales, de vida y el seguro de responsabilidad civil por los daños y pérdidas que se pudieren ocasionar para los integrantes de la expedición Artículo 51 y 52)
9. **De las sanciones. Remisión:** (El incumplimiento por parte de los Prestadores y Operadores de Turismo Aventura dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en los Títulos VII de la fiscalización y el procedimiento para la sustanciación de sumarios y viii régimen de infracciones y sanciones de la Ley 8820) Artículo 53.

Situación actual de la actividad

Habiendo transcurrido 7 años de la sanción de la ley provincial de Turismo aventura y haberse identificado 91 prestador en el proyecto del CFI solo se han registrados hasta el momento mayo 2023 solo 11 prestadores.

Desde la formulación de la ley hasta la actualidad se realizan de manera regular capacitación, asistencia técnica y control, pero no se logra registrar una cantidad importante de prestadores ya que entre los inconvenientes más importantes que se identificaron están: habilitación municipal, inscripciones en los organismos nacionales, provinciales y municipales (Certificado de inscripción en la Dirección General de Ingresos Provinciales (DGIP), Certificado de inscripción en la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), Trakeo de los circuitos, seguros y presentación de formularios para la inscripción, etc.

Es importante resaltar que otros de los grandes inconvenientes que se identificó para el registro de los prestadores de turismo aventura es la denominación de **prestador y operador de turismo aventura**, ya que las agencias de viajes intuyen que la figura de prestadores es competencia desleal para las agencias de viajes. Un tema que no es menor en la realidad actual de la provincia y que se deberá tratarse lo antes posible para poder continuar con la regulación de la actividad.

Desde la Coordinación de Registro de Producto y servicios perteneciente a la Dirección de Planificación y Gestión de la Calidad (Subsecretario de Planificación y Capacitación de la Secretaria de turismo) se creó el instructivo de Registro de prestadores de Turismo Aventura en el cual se establecen los requisitos para inscribirse, ya que la ley no se encuentra reglamentada debido que la ley marco de turismo no se aprobó el reglamento.

La Regulación de la Actividad tiene muchos interrogantes que no permite ver a un futuro muy cercano una solución.

BIBLIOGRAFÍA

Del Busto Gilardoni, E. (2021). Competencias turísticas de los municipios. Régimen jurídico del municipio turístico en la República Argentina. Investigaciones Turísticas (21), pp. 152-181. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.8>

Ministerio de justicia y derechos humanos. (2004). Ley nacional de turismo. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-25997-102724>

Ley marco de turismo de la provincia de La Rioja. Título I. Objetivos, principios y ámbitos de aplicación. Disponible en <https://turismo.larioja.gob.ar/wp-content/uploads/2021/06/Ley-Provincial-de-Turismo-MARCO-No-8.820-.pdf>

Ley de Turismo Aventura. La cámara de diputados de la provincia. Disponible en <https://turismo.larioja.gob.ar/wp-content/uploads/2022/05/LEY-9820-TURISMO-AVENTURA.pdf>

Acerenza, Miguel Ángel. (2006). Conceptualización, origen y evolución turística. Editorial Trillas.

César Ramírez Cavassa, (2006) Visión Integral del Turismo. Editorial Trillas.

MESA DE TRABAJO 12

Economía y gestión pública del turismo

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Mesa de Trabajo N°12: Economía y gestión pública del turismo

THE PRESENCE OF AIRBNB OFFERS HIGH AVAILABILITY AND LOCAL REGULATIONS FOR AIRBNB

Falk Martin.

University of South-Eastern Norway.

Scaglione Miriam.

Institute of Tourism Switzerland, HES-SO Valais-Wallis

With the end of the pandemic city, tourism is coming back, and so also Airbnb. However, locals are increasingly concerned that Airbnb leads to a displacement of long-term tenants and rising rents (Duso et al., 2022). In a Referendum in Bern (Switzerland) in February 2022, the citizens voted for regulations against Airbnb. Depending on the zone, the top floor and the floors from the second floor up will be reserved for permanent tenants in the future. In the canton (State), Vaud, whose capital is the city of Lausanne on the Geneva Lake introduced in June 2022. Short-term rentals of 90 days or more must register their activities with the authorities and apply for a permit. Short-term rentals of 90 days or more must register their activities with the authorities and apply for a permit. Also, the southernmost region of Switzerland, Ticino has introduced the strictest rules for the rental of vacation homes in Switzerland, with 90 days limit end of 2022. The mobilization of the local population and politics is regarded as the main factor for the introduction and intensity of Airbnb regulations (Benli-Trichet and Kübler, 2022). The main argument of the authorities is to reduce the offerings of high availability Airbnb listings and to avoid touristification of cities. The literature shows that Airbnb predominates in the areas around popular tourist attractions (La et al., 2022).

This paper investigates the determinants of high-availability listings in Swiss cities. Several definitions of high-availability listings are provided (booked for more than 90 or 180 days per year). In particular, we investigate whether the announcement of new regulations leads to a decline in the active status of high-availability offerings. The data is based on the total number of Airbnb listings in Swiss cities, with about 30,000 properties per month in the 20 major cities. The method is a probit model estimating the likelihood of a high availability listing before the regulations. A difference-in-differences approach combined with a probit model is used to estimate whether the high availability listings are declining after the regulations. The explanatory variables are location (city), located in the city (centre), characteristics of the property (number of beds), and type of listing (flat or house). Airdna data before the pandemic and after the pandemic (2016-2019 and 2022) are used. This paper contributes to the growing literature on the impact of Airbnb regulations on the short-term rental and housing market (Falk and Scaglione, 2023). The main novelty is that we particularly look at the high availability of Airbnb listings.

Preliminary results show that the proportion of active listings that have been highly available before the announcement of the regulations is low at about 10 percent and does decline much after the announcement.

REFERENCES

Benli-Trichet, M. C., & Kübler, D. (2022). The political origins of platform economy regulations. Understanding variations in governing Airbnb and Uber across cities in Switzerland. *Policy & Internet*.

Domènech, A., Larpin, B., Schegg, R., & Scaglione, M. (2019). Disentangling the geographical logic of Airbnb in Switzerland. *Erdkunde*, (H. 4), 245-258.

Duso, T., Michelsen, C., Schaefer, M., & Tran, K. D. (2022). The assessment of substitution through event studies—an application to supply-side substitution in Berlin’s rental market. *Journal of European Competition Law & Practice*, 13(7), 509-515.

Falk, M., & Scaglione, M. (2023). Effects of regulations on the Airbnb market in Geneva. *Tourism Economics*, 13548166231175049.

La, L., Xu, F., Hu, M., & Xiao, C. (2022). Location of Airbnb and hotels: The spatial distribution and relationships. *Tourism Review*, 77(1), 209-224.

Mesa de Trabajo N°12: Economía y gestión pública del turismo

ESTRUCTURA Y DINÁMICA DE LA CADENA DE VALOR TURÍSTICA EN LA LOCALIDAD DE COLONIA CAROYA

Luna Laura Isabel, Perin Hernán Matías, Hissa Pepe Miguel Sebastián, Garrido Millán Ana.

Facultad de Turismo y Ambiente, Universidad Provincial de Córdoba

RESUMEN

En la provincia de Córdoba el sector turístico es señalado como uno de los sectores estratégicos de desarrollo económico, por lo cual tenemos, como equipo, un especial interés en comprender su funcionamiento. Este equipo de investigación, conformado en 2021, viene desarrollando una tarea orientada a la caracterización de la estructura de la cadena de valor turística (CVT) de la localidad de Colonia Caroya, busca generar con esta investigación, herramientas aplicables a destinos turísticos emergentes que permitan la producción de conocimientos con capacidad de transferencia al territorio. Para poder caracterizar la cadena de valor en el destino turístico, se ha realizado una investigación de tipo descriptiva a través de un enfoque metodológico mixto. Se relevaron fuentes primarias y secundarias y se analizó información cuantitativa sobre la cadena de valor para caracterizarla. Por otro lado, se indagó acerca de las percepciones, reflexiones y expectativas de los actores para completar el análisis de la estructura y dinámica de la cadena de valor. Los resultados obtenidos sobre el contexto en la investigación, muestran un perfil identitario que hace del destino un lugar con características únicas, se reconoce que no siempre se parte de diagnósticos adecuados y que la actividad turística cuenta con presupuesto escaso. Si bien existe coordinación entre los gobiernos local y provincial que se ven reflejados en las acciones de promoción del destino, existe desconocimiento de las actividades desarrolladas por los propios privados. Se advierte una efectividad media en las iniciativas públicas.

Palabras Clave: Cadena de valor; turismo; política turística; territorio; gobernanza.

INTRODUCCIÓN

La actividad turística viene desarrollando diferentes perspectivas de abordaje con el crecimiento de los estudios académicos sobre esta disciplina, especialmente desde la década de 1990. El abordaje multidimensional del campo permite la emergencia de miradas sobre diferentes ejes, lo que promueve la mejora de las acciones emprendidas por los agentes vinculados al turismo en todas sus áreas. Mirar la actividad desde una perspectiva crítica favorece la identificación de nuevas problemáticas, lo que permite complejizar el abordaje sobre los distintos sectores intervinientes.

El turismo es un fenómeno que desempeña un papel muy importante en la economía, ya que genera por sí solo un efecto multiplicador sobre la producción, el empleo y la renta en una región. En la provincia de Córdoba el sector turístico es señalado como uno de los sectores estratégicos de desarrollo económico, por lo cual tenemos, como equipo, un especial interés en comprender su funcionamiento.

Este equipo de investigación, conformado en 2021, viene desarrollando una tarea orientada a la caracterización de la estructura de la cadena de valor turística (CVT) de la localidad de Colonia Caroya, en la provincia de Córdoba, y busca generar la información necesaria para avanzar en un proceso de análisis de la cadena para elaborar, en base a los resultados obtenidos, una propuesta de mejora que aporte a las políticas públicas locales y la vinculación estratégica con actores privados y de la sociedad civil que tengan vinculación con la actividad turística. Además, se busca generar con esta investigación, herramientas aplicables a destinos turísticos emergentes que permitan la producción de conocimientos con capacidad de transferencia al territorio, en sintonía con los objetivos de la Universidad Provincial de Córdoba.

El estudio de la CVT permite profundizar en las características específicas de los destinos analizando las relaciones y, principalmente, la interdependencia de cada uno de los eslabones. Este tipo de estudios, a la vez que caracteriza el destino, favorece problematizar la forma en que los actores, los recursos, la infraestructura y los servicios se entrelazan para generar una propuesta turística específica. El análisis de la CVT, al poner bajo la lupa el funcionamiento del destino, posibilita, por medio de metodologías participativas, el reconocimiento de las potencialidades y los obstáculos que enfrentan los actores, y sobre todo las posibilidades reales de mejora. Así, desde una estrategia metodológica mixta, se aborda el territorio en la búsqueda del aporte de nuevas miradas que faciliten los procesos de desarrollo local desde una perspectiva del fortalecimiento de la gobernanza del destino y de las políticas públicas de la ciudad.

EL CASO DE COLONIA CAROYA

La ciudad de Colonia Caroya se encuentra a 50 kilómetros al norte de Córdoba, capital de la provincia, a la vera de la Ruta nacional N° 9 norte. La identidad de la localidad está ligada a su creación como colonia agrícola en el marco de las leyes de inmigración de finales del siglo XIX. En ese marco, 124 familias procedentes de la región del Friuli, al norte de Italia, se instalaron desde la década de 1880 en la zona, consolidando un perfil frutihortícola y manteniendo tradiciones de su terruño de origen con algunas mixturas criollas. La producción de chacinados le valió a la localidad un renombre nacional, en especial por los salames y salazones caroyenses, reconocidos en todo el país. Asimismo, por sus fiestas típicas vinculadas a la *friulanidad*, su gastronomía, producción vitivinícola y costumbres tradicionales. En esta localidad converge un tipo particular de territorialización (Saquet, 2015) producto de un espacio geográfico particular y una producción del entorno por la inmigración friulana arribada de la mano de la Ley de Avellaneda. “Las fuerzas sociales efectivizan el territorio en él y con el espacio geográfico, centrado en las territorialidades y temporalidades de los individuos y emanado de ellas, condicionando y siendo directamente determinado por nuestra vida cotidiana” (Saquet, 2015, p. 41). La potencialidad turística de Colonia Caroya está asociada a esta convergencia, un ámbito rural producido por un tipo particular de identidad inmigrante que se consolidó en el tiempo configurando el paisaje caroyense característico.

MARCO REFERENCIAL Y METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

En la primera etapa de trabajo exploratorio de este proyecto se observó que los estudios de la cadena de valor en la actividad turística son escasos. El concepto de Cadena de Valor

aportado por Porter (1985), por ejemplo, ha sido ampliamente utilizado en el campo industrial pero no así en el área de servicios, esto permite dar cuenta que en el campo del turismo el análisis merece otro enfoque ya que, además de ser una cadena de servicios, la característica central es que hay una multiplicidad de actores o cadenas que conforman la oferta de destino. En general, los trabajos aplican a cadenas de valor a destinos globales, en general países (Ventura Díaz, 2011; Pulido Fernández y López Sánchez 2013a, 2013b, 2016) y en menor medida a destinos turísticos tradicionales (Luna y Farah, 2016 ; De Rito, 2019, Varisco, 2015). Se observa, entonces, una escasez de trabajos formulados para destinos emergentes y en particular para destinos no tradicionales. Por eso, esta investigación busca generar nuevas herramientas aplicables a estos destinos y hacer un aporte en especial, a la producción de conocimiento con capacidad de transferencia al territorio, en sintonía con los objetivos de la Universidad Provincial de Córdoba.

El presente trabajo de investigación toma como antecedente principal para la metodología la propuesta del manual Desarrollo Económico Local y Cadenas Globales de Valor de la Universidad de Duke. La investigación situada nos permitió desarrollar una matriz de análisis y, a medida que se avanzó, tomó fuerza la necesidad de construir un instrumento propio, relacionado con destinos turísticos. Unas de las categorías analíticas utilizadas en relación a la gobernanza de la cadena fue tomada inicialmente desde una perspectiva de cadena de servicio, o producto local, y no solo de destino. Esto no permitió una mejor visualización del entramado de relaciones entre actores y con el territorio. Por lo tanto, el foco de este trabajo se abocó a construir nuevos modelos que visibilicen, en el marco de la CVT, la forma en que los actores locales se relacionan, qué sinergias y qué divergencias existen actualmente.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para poder caracterizar la forma en que los actores locales se relacionan, qué sinergias y qué divergencias existen actualmente se ha realizado una investigación de tipo descriptiva a través de un enfoque metodológico mixto. Se relevaron fuentes primarias y secundarias y se analizó información cuantitativa sobre la cadena de valor para caracterizarla. Por otro lado, se indagó acerca de las percepciones, reflexiones y expectativas de los actores para completar el análisis de la estructura y dinámica de la cadena de valor. Para ello se utilizó una encuesta semi-estructurada y se complementó con entrevistas a actores clave para profundizar en diferentes aspectos de la estructura y dinámica de funcionamiento de la CVT de Colonia Caroya. Para las encuestas se aplicó muestreo no probabilístico y por cuotas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos sobre el contexto en la investigación, muestran un perfil identitario que hace del destino un lugar con características únicas. Las actividades productivas vinculadas al uso de la tierra (vitivinícola, frutihortícola y de chacinados) con su fuerte impronta friulana son su referente identitario. Esta condición ha devenido en patrimonio cultural y constituye su atractivo turístico insignia. Asociado a esto, hay una consolidación de la oferta tras el desarrollo de un perfil rural potenciando la gastronomía, la producción y los espacios como chacras, viñedos, quintas, sótanos, el sistema de riego, entre otras. Por otra parte, su proximidad y facilidad de conexión con la ciudad de Córdoba y el Aeropuerto Ing. Taravella, son factores que favorecen su desarrollo. Del mismo modo, la articulación geográfica en el corredor de Sierras Chicas y Norte le

permite insertarse en una zona más amplia y formar parte de una oferta regional. En relación a algunos factores del contexto que no favorecen el desarrollo turístico de la localidad se observa la falta de elementos de la planta turística como cartelera informativa, servicios de guías, ordenamiento de la oferta.

Por último, uno de los aspectos de fuerte relevancia ha sido lo relacionado a la gobernanza de la CVT de Colonia Caroya. La caracterización más representativa de la gobernanza del destino permite ver que hay un rol activo del municipio a través de su responsable de turismo pero un proceso algo aislado de la dinámica general de la gestión local. Los aspectos más relevantes de la gestión del municipio son aquellos en relación a obras de infraestructura para la mejora de accesos y circulación. En relación a los resultados de las encuestas y las entrevistas, se reconoce que no siempre se parte de diagnósticos adecuados y que la actividad turística cuenta con presupuesto escaso. Existe coordinación entre los gobiernos local y provincial que se ven reflejados en las acciones de promoción del destino. La mitad de los encuestados no conoce las iniciativas de sus colegas. Se advierte una efectividad media en las iniciativas públicas.

DISCUSIONES DEL PROCESO DE TRABAJO

En el marco de la investigación se observa que la potencialidad del trabajo en curso puede aportar a la consolidación de una metodología de trabajo que permita un análisis focalizado en la CVT de destino, atendiendo a una perspectiva desde la oferta y no sesgada hacia la demanda, que es la que usualmente direcciona este tipo de análisis. Otro de los aspectos que permite observar el desarrollo del proyecto es la necesidad de pensar la construcción de un modelo de cadena de valor situado. No en función de modelos exógenos sino teniendo en cuenta este territorio particular y sus posibilidades, con el proceso de agregado de valor estudiado desde la interacción del territorio y los visitantes, efectivos y potenciales. Champredonde y Cosiorovski (2016) proponen el uso de la noción de valorización, que busca hacer foco en las personas. Relacionar el desarrollo territorial, “implica centrar el foco del análisis en las personas involucradas en el proceso de valorización, especialmente en los actores locales, considerando como eje para la acción sus propios objetivos” (p. 147). Se propone en lugar del uso de la idea de agregado de valor, por su acepción económica, el concepto de valorización integral, buscando considerar distintos componentes de la realidad, tanto socio-culturales, patrimoniales, identitarios, económicos y medioambientales, actuales o preexistentes. El análisis de la cadena de valor turística desde esta perspectiva resulta novedoso y articulador de diferentes perspectivas, además de un punto de apoyo para investigaciones de otros destinos similares en nuestra región.

BIBLIOGRAFÍA

Champredonde, M. y González Cosiorovski, J. (2016). ¿Agregado de Valor o Valorización? Reflexiones a partir de Denominaciones de Origen en América Latina / *Added Value or Valorization? Reflections from Appellations of Origin in Latin America*. RIVAR Vol. 3, No 9, ISSN 0719-4994, IDEA-USACH, Santiago de Chile, septiembre 2016, pp. 147-172.

De Rito, F. (2019). Cadena de valor del sector turístico de la ciudad de La Plata. Identificación y comportamiento de los subsectores de servicios que la componen. Trabajo Final de Tesis. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas. MBA - Maestría en Dirección de Empresas.

- Luna, L. y Farah, M. (2016). Cadena de Valor En Destinos Turísticos: caso Villa Carlos Paz. I Congreso Internacional De Turismo En Serranías. Construyendo espacios sustentables. CITuS -2016 - Universidad Nacional De San Luis. Argentina.
- Porter, M. (1985) *The competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Pulido Fernández, J. y López Sánchez, Y. (2013a) Propuesta de contenidos para una política turística sostenible en España. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 11, núm. 4, octubre, 2013, pp. 525-546. Universidad de La Laguna. El Sauzal (Tenerife), España.
- Pulido Fernández, J. y López Sánchez, Y. (2013b). Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos. Pulido Fernández, J. I. y López Sánchez, Y., Ed. Sevilla. Universidad Internacional de Andalucía, Servicio de Publicaciones, 2013.
- Pulido Fernández, J. y López Sánchez, Y. (2016). La cadena de valor del destino como herramienta innovadora para el análisis de la sostenibilidad de las políticas turísticas. El caso de España”, INNOVAR-Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 26(59) 155-175.
- Saquet, A. (2015). Por una geografía de las territorialidades y las temporalidades : Una concepción multidimensional orientada a la cooperación y el desarrollo territorial. La Plata : Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación.
- Varisco, C. (2015). La cadena productiva del turismo. En Benseny, Graciela, (Ed.), Turismo y desarrollo en destinos costeros de la Provincia de Buenos Aires. Una aplicación en Santa Clara del Mar, Argentina (pp. 59-85). Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Ventura Díaz, V. (2011) El turismo, su cadena productiva, y el desarrollo incluyente en América Latina: Los casos de Brasil y México. Red Latinoamericana de Política Comercial. Serie Working Paper 135. Junio 2011. FLACSO Argentina. ISSN 2222-4815.

Mesa de Trabajo N°12: Economía y gestión pública del turismo

ANÁLISIS DE LAS POLÍTICAS TRIBUTARIAS DE LOS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES Y SU VINCULACIÓN CON EL SECTOR TURÍSTICO

Renzella Luciana Belén.

Instituto de Investigaciones Económicas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se enmarca en la tesis de Maestría en Finanzas Públicas Provinciales y Municipales de la autora, y tiene como objetivo analizar la política tributaria en las Municipalidades de la Provincia de Buenos Aires (Argentina), con el fin de identificar las tasas municipales de cada municipio y determinar la relación de las mismas con la actividad turística. Particularmente, se pretende diferenciar las políticas mencionadas de acuerdo a si pertenecen a municipios denominados turísticos, de los que no.

La Provincia de Buenos Aires está compuesta por 135 municipios, heterogéneos, que difieren entre sí en múltiples características (población, superficie, actividad económica, cercanía a la capital de la provincia, etc.). A los fines de este trabajo se identificarán aquellos municipios que se consideran turísticos respecto a los que no lo son, y se analizará el sistema tributario en base a la teoría de federalismo fiscal y las externalidades fiscales.

Uno de los primeros desafíos es definir e identificar aquellos municipios que se denominan turísticos. Partiendo de la metodología de la Organización de Estados Americanos (OEA, 1985), del inventario de recursos turísticos de la Provincia de Buenos Aires (Porto et al., 2020), los datos económicos y de política fiscal que se conoce de cada municipio, se plantean y analizan sus características. Una vez identificados estos Municipios, se profundiza sobre sus estructuras económicas, el sistema de recursos propios y el trato que reciben respecto a la coparticipación provincial.

Objetivo general:

Análisis de las tasas municipales de los municipios de la Provincia de Buenos Aires y su vinculación con la actividad turística.

Objetivos específicos:

- Identificación y ordenamiento de los municipios de acuerdo a datos de PBG, población, superficie.
- Caracterización de municipios turísticos y no turísticos de acuerdo a PBG, población, superficie.
- Identificación de las tasas municipales para cada partido turístico y no turístico de la Provincia de Buenos Aires (PBA)
- Clasificación e identificación de tasas específicamente turísticas en los diferentes partidos de la PBA.

MARCO DE REFERENCIA

Si bien existe una amplia literatura sobre políticas impositivas vinculadas al turismo (Bird, 1992; Mak, 2006; Forsyth, 2009; Gago et al., 2012; Collins y Stephenson, 2018; Romero, 2018), esta investigación plantea la observación de aquellas tasas no vinculadas al turismo que guardan cierta relación con la actividad turística, pero no implican un cargo directo sobre la misma.

La principal motivación surge a partir del concepto de federalismo fiscal referido a la exportación de impuestos. Este concepto se refiere a un proceso en el cual una localidad transfiere la carga fiscal a los no residentes. Se trata de una externalidad fiscal interjurisdiccional, las cuales surgen a partir de las decisiones de los gobiernos locales sobre los impuestos y los gastos y cómo éstos afectan el bienestar de residentes en otras localidades (Dalhby, 1996 en Porto y Porto, 2002). Este tipo de estudios resultan de interés debido a que pueden afectar tanto las políticas tributarias y el gasto en la localidad que realiza la exportación del impuesto, cómo modificar la distribución del ingreso de las localidades involucradas.

Por otra parte, en lo que refiere a la clasificación de los municipios como turístico o no turísticos, nos encontramos con la Ley de coparticipación de la Provincia de Buenos Aires (Ley N°10752) la cual declara en el primer artículo el porcentaje de transferencia de ingresos que recibirán los municipios de acuerdo a diferentes consideraciones. La primera de ellas establece:

"Artículo 1.- Las Municipalidades de la Provincia recibirán en concepto de coparticipación el 16,14% (dieciséis con catorce por ciento) del total de ingresos que percibe la Provincia en concepto de impuesto sobre los Ingresos Brutos, Impuesto Inmobiliario, Impuesto a los Automotores, Impuesto de Sellos, Tasas Retributivas de Servicios y Coparticipación Federal de Impuestos."

A partir de ello, establece diferentes incisos, y el primero de ellos declara:

"El importe resultante de la aplicación de dicho porcentaje será distribuido:

a) El 58% (cincuenta y ocho por ciento) entre todas las Municipalidades de acuerdo a lo siguiente:

1. El 62% (sesenta y dos por ciento) en proporción directa a la población. Para los Municipios de la Costa, Pinamar, Villa Gesell y Monte Hermoso, a los efectos de la aplicación del presente apartado, se tomará como población la resultante de la suma de los residentes permanentes en el lugar, más la doceava parte del caudal turístico receptado en cada uno de los Municipios a lo largo del año base, el que se calculará de acuerdo a los datos suministrados por la Subsecretaría de Turismo, dependiente del Ministerio de Gobierno de la Provincia de Buenos Aires.

2. El 23% (veintitrés por ciento) en forma proporcional a la inversa de la capacidad tributaria per cápita, ponderada por la población.

3. El 15% (quince por ciento) en proporción directa a la superficie del Partido."

A los fines de la presente investigación, se hará hincapié en el punto 1 del inciso a) el cual menciona una distribución especial de la tasa para aquellos municipios denominados turísticos de la Provincia de Buenos Aires: La Costa, Pinamar, Villa Gesell y Monte Hermoso.

En este sentido, la Ley define a los municipios como turísticos a partir de la actividad económica principal que se realiza en el lugar. Esto difiere de otros conceptos, en los que se definen a los municipios o destinos como turísticos a partir de otras consideraciones, como por ejemplo los recursos presentes en el lugar. Beier (2015) establece la definición de municipio turístico bonaerense (MTB) a partir de cuatro componentes claves: la unidad territorial geográfica; la autonomía política-administrativa que la legislación vigente le permite; la gestión municipal que posee la capacidad de diseñar e implementar políticas y programas públicos; y el componente económico y social con el turismo es considerado la base del desarrollo económico y social de la comunidad. Para determinar este último componente, selecciona un conjunto de variables, entre ellas el Producto Bruto Geográfico (PBG), que permiten determinar cuantitativamente que es un MTB. Respecto a estos datos, se profundizará más adelante sobre la posición de los mencionados municipios en base a su PBG turístico frente al PBG de todos los sectores de la economía.

METODOLOGÍA

Para el análisis de esta investigación se llevará a cabo la revisión de Ordenanzas Fiscales Impositivas de la Provincia de Buenos Aires para el año 2018. A su vez se cuenta con una base de datos perteneciente al Departamento de Economía y el Centro de Estudios en Finanzas Públicas (CEFIP) de la Facultad de Cs. Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, que cuenta con un relevamiento de las tasas municipales para los 135 municipios de la Provincia de Buenos Aires y las ordenanzas fiscales e impositivas correspondientes al año 2018. Así mismo, se cuenta con una base de datos de la Dirección Provincial de Estadística del Ministerio de Hacienda y Finanzas de la Provincia de Buenos Aires que presenta el Producto Bruto Geográfico (PBG) por municipio para el año 2019, con información desagregada por sector económico.

A partir de ello, se realizará un análisis que permitirá identificar la existencia (o no) de un comportamiento diferencial para las tasas municipales en municipios denominados turísticos con respecto a aquellos que no lo son, en base a las variables incluidas en las bases de datos.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Este trabajo pretende entender la relación entre la actividad turística y la política tributaria en la Provincia de Buenos Aires y ser un aporte para futuras investigaciones y decisiones políticas. Como fue mencionado, este relevamiento se enmarca en el trabajo de tesis de la Maestría en Finanzas Públicas provinciales y municipales, por lo que se trata de una primera aproximación al estudio para identificar aquellas tasas en las que se encuentra cierta vinculación con el sector turístico. Esta aproximación pretende ser la base para determinar la posibilidad de exportación de impuestos mediante la aplicación de tasas vinculadas indirectamente al sector.

BIBLIOGRAFÍA

- Beier, L. S. (2015) Municipio turístico bonaerense: una propuesta de definición a partir de variables cuantitativas. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/117>
- Bird, R. M. (1992). Taxing tourism in developing countries. *World Development*, 20(8), 1145-1158.
- Dwyer, L. y Forsyth, P. (2006). *International Handbook on the Economics of Tourism*. Edward Elgar Cheltenham, UK - Northampton, MA, USA
- Fujii, E., Khaled, M., y Mak, J. (1985). The exportability of hotel occupancy and other tourist taxes. *National Tax Journal*, 38(2), 169-177.
- Gago, A., Labandeira, X., Picos, F., y Rodríguez, M. (2009). Specific and general taxation of tourism activities. Evidence from Spain. *Tourism Management*, 30(3), 381-392.
- Gooroochurn, N. (2004). Tourism taxation: A theoretical and empirical investigation. In *ECOMOD International Conference on Input-Output and General Equilibrium: Data, Modelling and Policy Analysis*.
- Gooroochurn, N. y Sinclair, T. M. (2005). Economics of tourist taxation. Evidence from Mauritius. *Annals of Tourism Research*, 32 (2), pp. 478-498.
- Mak, J. (2006). Taxation of travel and tourism. *International handbook on the economics of tourism*, 251.
- Murray, M. N. (2006). *Exporting State and Local Taxes: An Application to the State of Maine*. Brookings Institution.
- Pastor Arranz, L. (2014). El turismo y la fiscalidad a nivel internacional. En: García Sansano J., González García, E., Lago Morales, I. y Rubio Sánchez, R. *Tiempos oscuros, décadas sin nombres*. Toledo: ACMS, pp. 10-22.
- Porto A. y Porto N. (2000) Fiscal Decentralization and Voters' Choices as Control, *Journal of Applied Economics*, 3:1, 135-167, DOI: 10.1080/15140326.2000.12040548
- Porto A. y Porto N. (2002) Direct Democracy And Tax Exporting: Theory and an Application to the First Referendum ("Consulta Popular") in Argentina. Documento de Trabajo Nro. 46. Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata
- Porto, A. (2009). Federalismo fiscal en la práctica. Series: Serie Economía.
- Romero, A. (2018). Tributos en el sector turístico: Un análisis comparativo entre Argentina y Brasil (Tesis de grado, Universidad Nacional de La Plata).

Wildasin, D. (1987). The demand for public goods in the presence of tax exporting. *National Tax Journal*, 40(4), 591-601.

World Travel and Tourism Council (2009). *Fiscalidad del turismo: hacia un justo equilibrio*. Madrid, España.

Mesa de Trabajo N°12: Economía y gestión pública del turismo

ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA Y CALIDAD DE VIDA: RELACIONES Y MEDICIONES PARA ARGENTINA Y ESPAÑA

Porto Natalia, Romero Agustina.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

Cárdenas García Pablo Juan.

Universidad de Jaén, España

INTRODUCCIÓN

El sector del turismo es considerado una fuente de crecimiento económico, de creación de empleos y, a su vez, provoca efectos multiplicadores en los demás sectores relacionados como también en la economía en general (Pena-Boquete y Pérez Dacal, 2012; Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2020). Dada su importancia, resulta fundamental contar con trabajos que permitan realizar mediciones sobre la influencia del turismo en los destinos y países. En particular, un área de investigación que ha cobrado relevancia es el estudio del vínculo entre el turismo y la calidad de vida en los destinos. Es por ello que interesa comprender en qué aspectos la actividad contribuye a un mayor nivel de calidad de vida e identificar aquellos elementos que interactúan en dicha relación.

El objetivo del trabajo es realizar un análisis comparativo entre Argentina y España, en términos de la especialización turística y la calidad de vida para el período comprendido entre 2009 y 2019. La idea se promueve a partir de un estudio de tesis de maestría en Finanzas Públicas sobre la misma temática con aplicación a las jurisdicciones argentinas para el mismo período, en el cual se halló que existe una asociación lineal positiva entre los territorios con mayor especialización turística y aquellos con mayor calidad de vida.

Partiendo del trabajo de tesis, se revisarán los conceptos y definiciones de especialización turística y de calidad de vida, se incorporarán nuevas dimensiones a tener en cuenta (aspectos vinculados con la tecnología, entre otros), y además, se revisará la metodología y se replicará el análisis para el caso español a fin de realizar dicha comparación.

METODOLOGÍA

La metodología empleada se basa en la definición y medición de los conceptos clave, se realiza una revisión de la literatura especializada en la temática para identificar una adecuada selección de variables que conceptualicen los términos, que tengan un fundamento teórico y al mismo tiempo, se adapte a los casos bajo estudio. Se seleccionan variables y se elaboran indicadores para construir índices compuestos de especialización turística y de calidad de vida. Se aplica la metodología de Análisis Factorial con método de extracción de Componentes Principales con el objeto de reducir información de la cantidad de variables que componen dichos índices.

Tal como se mencionó, el propósito es realizar un análisis comparativo entre las jurisdicciones de Argentina y las regiones de España en términos de turismo y calidad de vida en la población, como también se pretende incorporar nuevas dimensiones e indicadores y hacer un recómputo de los índices.

Los datos recopilados para Argentina provienen de fuentes de información nacionales, provinciales y municipales como la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) del INDEC, Secretarías de turismo de las provincias y otros sitios de información digital. Para el caso español, se realizará una búsqueda de datos en base al Instituto Nacional de Estadísticas y al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Para el caso de Argentina, los hallazgos indicaron una asociación positiva entre la especialización turística y la calidad de vida de la población en las jurisdicciones analizadas. En esta línea, posibles interpretaciones constituyen que la presencia de amenidades turísticas, una consiguiente existencia de servicios turísticos como son los alojamientos, y la gestión pública son factores que cumplen un rol importante en la generación de turismo y de calidad de vida.

Para Argentina no existen trabajos que aborden la asociación entre estos fenómenos, por ello, resulta fundamental este estudio a fin de comprender e integrar ambas líneas de investigación a partir de una representación territorial concreta, contando con indicadores multidimensionales que pueden aportar a las mejores prácticas de la gestión política.

Es por esto que este estudio proporciona nuevos conocimientos sobre la relación entre la especialización turística y la calidad de vida de la población, como también propone una medición de los fenómenos incluyendo indicadores que permitan analizar su distribución a partir de rankings. Es interesante abordar esta investigación para distintos países y contribuir a la comprensión de esta relación a fin de elaborar políticas turísticas que favorezcan al sector y a la población de cada país.

BIBLIOGRAFÍA

Ahlfeldt, G. M., y Maennig, W. (2010). Substitutability and Complementarity of Urban Amenities: External Effects of Built Heritage in Berlin. *Real Estate Economics*, 38(2), 285–323. 10.1111/j.1540-6229.2010.00268.x

Almeida, A., Golpe, A., y Justo, R. (2021). Regional tourist heterogeneity in Spain: A dynamic spatial analysis. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20, 100643. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100643>

Biagi, B., Ladu, M. G., y Royuela, V. (2016). Human development and tourism specialization. Evidence from a panel of developed and development countries. *International Journal of Tourism Research*, 10.1002/jtr.2094

Blomquist, G. C., Berger, M. C., y Hoehn, J. P. (1988). New estimates of quality of life in Urban areas. *The American Economic Review*, 78(1), pp. 89-107

Celemín, J. y Velázquez, G. (2017). Spatial analysis of the relationship between a life quality index, HDI and poverty in the Province of Buenos Aires and the Autonomous City of Buenos Aires, Argentina. *Social Indicators Research*, pp. 1-21

Celemin, J. P., Mikkelsen, C. A., y Velázquez, G. A. (2015). La calidad de vida desde una perspectiva geográfica: integración de indicadores objetivos y subjetivos. *Revista Universitaria de Geografía*, 24(1), pp. 64-84

Chang, C., Khamkaew, T., y McAleer, M. (2012). IV estimation of a panel threshold model of tourism specialization and economic development. *Tourism Economics*, 18(1), pp. 5-41. 10.5367/te.2012.0108

Clark, T. N. (2015). Urban amenities: lakes, opera and juice bars: do they drive development? In *The City as an Entertainment Machine*. Published online; pp. 103-140. [http://dx.doi.org/10.1016/S1479-3520\(03\)09003-2](http://dx.doi.org/10.1016/S1479-3520(03)09003-2)

Clark, D. E. y Kahn, J. R. (1988). The social benefits of urban cultural amenities. *Journal of Regional Science*, 28(3), pp. 363-377

Croes, R. (2013). Tourism specialization and economic output in small islands. *Tourism Review*, 68 (4) pp. 34 – 48. <http://dx.doi.org/10.1108/TR-09-2013-0050>

Croes, R., Ridderstaat, J., y Van Niekerk, M. (2018). Connecting quality of life, tourism specialization and economic growth in small island destinations: The case of Malta. *Tourism Management*, 65(1), pp. 212-223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.010>

Croes, R., Ridderstaat, J., Bak, M., y Zientara, P. (2021). Tourism specialization, economic growth, human development and transition economies: the case of Poland. *Tourism Management*. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104181>

Deller, S. C., Tsai, T., Marcoullier, D. W., y English, D. B. (2001). The role of amenities and quality of life in rural economic growth. *American Journal of Agricultural Economics*, 83(2), pp. 352-365

Fu, X., Ridderstaat, J., y Jia, H. Are all tourism markets equal? Linkages between market-based tourism demand, quality of life and economic development in Hong Kong. *Tourism Management*, 77, 104015. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104015>

Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and user guide. Ed. Paris: OECD Publisher. ISBN: 9789264043459. Publicado en: <https://www.oecd.org/sdd/42495745.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022). Cuenta satélite de turismo de la Argentina. *Cuentas nacionales*, 6(3). Disponible en: https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/cst_02_2252E11293B7.pdf

Lanzilotta, B., Merlo, G., y Zapata-Aguirre, S. (2022). La distribución de los ingresos laborales derivados del turismo en Uruguay. Un análisis de convergencia a nivel de departamentos. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3967490>

Lucero, P. I., Mikkelsen, C. A., Ares, S. E., y Sabuda, F. G. (2015). Calidad de vida urbana en la Argentina de la posconvertibilidad. Procesos sociales y territoriales en el período 2003-2012. *Población Buenos Aires*, 12 (21), pp. 43-73.

Lucero, P. I., y Gordziejczuk, M. A. (2019) Turismo y calidad de vida: un estudio de autocorrelación espacial aplicado a la ciudad de Mar del Plata, provincia de Buenos Aires, Argentina. *Cuadernos de Geografía*, 28(1), pp. 23-42. 10.15446/rcdg.v28n1.67275

Phuc Nguye, C., Schinckus, C., Dinh Su, T., y Ling Chong F. H. (2021). The influence of tourism on income inequality. *Journal of Travel Research*. 60(7), pp 1426-1444. DOI: 10.1177/0047287520954538

Pena-Boquete, Y., y Pérez-Dacal, D. (2012). A regional analysis of Tourism Specialization in Spain. Congress of the European Regional Science Association, Italia. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10419/124141>

Pérez-Dacal, D., Pena-Boquete, Y., y Fernández, M. (2014). A measuring tourism specialization: a composite indicator for the Spanish regions. *AlmaTourism Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 9(1), pp. 35-73

Porto, N., Espínola, N. M., y Carella, L. (2020). Income inequality, tourism and resources endowment in Uruguay: a spatial and distributional approach. LV Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/121698>

Rahman, T., Mittelhammer, R. C. y Wandschneider, P. (2005). Measuring the quality of life across countries: a sensitivity analysis of well-being indices. World Institute for Development Economic Research, Washington State University, Pullman, Helsinki, Finland

Risso, W. A. (2018). Tourism Specialization, Income Distribution, and Human Capital in South America. DOI: 10.5772/intechopen.82002

Subramaniam, Y., Macron, T. A., y Loganathan, N. (2022). Tourism and income inequality. *Journal of Business and Socioeconomic Development*, 2(2), pp 181-194

Sun, Y., Li, M., Lenzen, M., Malik, A., y Pomponi, F. (2022). Tourism, job vulnerability and income inequality during the COVID-19 pandemic: A global perspective. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(1), 100046

Szalmáné Csete, M., y Esses, D. (2023). Reconceptualising Regional Inequalities. The application of a modified Philippe Martin model to the tourism sector. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 31(1), pp. 28–37. DOI: 10.1108/JBSED-07-2021-0102

Velázquez, G. A. (2010). Naturaleza y cultura en América Latina. Dinámica demográfica, calidad de vida y riesgos ambientales. Naturaleza, bienestar y malestar en la Argentina a principios del siglo XXI. *Población y Sociedad*, 17(1), pp. 147-173

Velázquez, G. A., y Celemín, J. P. (2019). Calidad de vida y escala urbana según regiones en la República Argentina (2010). *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 40(1), pp. 251-272

Yaw Sarpong, S., Bein, M. A., Akwasi Gyamfi, B., y Asumadu Sarkodie, S. (2020). The impact of tourism arrivals, tourism receipts and renewable energy consumption on quality of life: A panel study of Southern African region. *Heliyon*, 6(1)

Zeng, Z., y Wang, X. (2021). Spatial effects of domestic tourism on urban-rural income inequality. *Sustainability*. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13169394>

Zhang, J. (2021). The effects of tourism inequality: a meta-analysis of econometrics studies. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48(1), pp 312-321

MESA DE TRABAJO 13

Miradas
antropológicas
sobre los procesos
de turistización en
clave latinoamericana:
tensiones, alteridades
y territorios

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Mesa de Trabajo N°13: Miradas antropológicas sobre los procesos de turistización en clave latinoamericana: tensiones, alteridades y territorios

IDENTIDADES BARRIALES COMO ELEMENTO CONSTITUTIVO DE PROPUESTAS DE TURISMO ALTERNATIVO: EL CASO CHAPADMALAL

Roldán Nadia, Cacciutto Mariangel, Barbini Bernarda, Jaime Rodríguez Camila, Alix Ezequiel, Trucco Pedrini Francisco.

Centro de Investigaciones Económicas y Sociales, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata

INTRODUCCIÓN

El partido de General Pueyrredon, se asocia a un modelo turístico de sol y playa masivo en entorno litoral (Mantero, 2001). Sin embargo, allí existen otras localidades con características diferenciales que habilitan la posibilidad de pensar en modelos de desarrollo alternativo, tomando en consideración la perspectiva cultural, entendida en términos de valores, creencias e ideas predominantes a partir de las cuales las personas perciben la realidad, y también en términos de capacidad asociativa basada en la confianza de los miembros de una comunidad (Madoery, 2008).

Entre los asentamientos litorales de rango menor del Partido de General Pueyrredon se encuentra Chapadmalal. La localidad, que posee seis barrios, se inició como reducto de elite ante la democratización del turismo en Mar del Plata a finales de la década del '30 (Barrio Playa Chapadmalal), aunque este reducto tuvo su contrapunto con las políticas nacionales de turismo social y la construcción de la Colonia Chapadmalal en la década posterior. Actualmente se encuentra atravesada por múltiples transformaciones, aceleradas en contexto de pandemia (Cacciutto, Corbo y Roldán, 2022) y vinculadas al crecimiento urbano asociado al turismo en su vertiente *neoexclusiva* (Hernández, 2008).

Desde el año 2019, el grupo de investigación X (se omiten datos), se encuentra trabajando en la localidad de Chapadmalal desde diversos abordajes teóricos asociados a dimensiones sociopolíticas y socioculturales del desarrollo. En estudios precedentes se identificó la existencia de un tejido asociativo denso de organizaciones formales e informales, así como también de visiones dinámicas y consensuadas respecto de la localidad, el barrio y los vecinos (X, 2021); tal como plantea Barbini (2010), estas características son facilitadoras de procesos de desarrollo en base local.

Actualmente, parte del equipo de investigación se encuentra desarrollando el proyecto de investigación "Identidades barriales como dimensión constitutiva de modelos alternativos de gestión del turismo: el caso de Chapadmalal"⁶⁵, el cual está en su instancia final y cuyo objetivo es identificar y conocer las identidades barriales de los vecinos de los barrios Los Lobos y Playa Chapadmalal a fin de dar cuenta de la posibilidad de un desarrollo turístico basado en el involucramiento de la comunidad en su gestión.

⁶⁵ Se omiten datos en proceso de evaluación.

Cabe destacar que el proyecto en el que se inserta esta ponencia busca dar continuidad al estudio de Chapadmalal en tanto localidad diferenciada dentro del Partido de General Pueyrredon, específicamente en lo que respecta a condiciones socioculturales para el desarrollo turístico de tipo alternativo, teniendo en cuenta el punto de vista de los habitantes, velando por la validez social del diagnóstico a generar.

Por otro lado, es de mencionar la incorporación al proyecto de estudiantes avanzados de la carrera de Lic. en Turismo (UNMDP) quienes manifestaron su interés por acercarse a la investigación a fin de conocer y desarrollar tareas de asistencia en la investigación en curso.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Los barrios adquieren la condición de ser lugar de construcción de identidades, de procesos de socialización y de prácticas colectivas (Díaz Larrañaga, 2013) de encuentro y desencuentro entre sus habitantes, configurando un entramado barrial a partir de las identidades de quienes habitan esos espacios o lugares. Desde un enfoque antropológico, Gravano (2003) manifiesta que “el barrio aparece, entonces, como realidad tangible y material y como parte del imaginario; como práctica y como representación, como valor cultural, identidad colectiva, especificidad espacial, polo de disyunción ideológica y sede social de las más variadas relaciones y dinámicas” (p.43). Cabe destacar que el barrio, como delimitación de lo urbano, posee orígenes diversos que permiten caracterizarlos y diferenciarlos; y a su vez, sus límites suelen ser difusos y pueden no estar establecidos administrativamente.

Gravano (2003) considera el barrio como un productor de sentidos en los procesos de las identidades urbanas, a partir de indagar en lo simbólico y en cómo se va construyendo la idea de lo barrial al considerar también el contexto histórico en el que se genera y las relaciones que establecen los actores involucrados en un determinado lugar. En este sentido, propone, como posibles dimensiones de análisis, los aspectos estructurales, sociales, identitarios, históricos, culturales y la producción ideológica.

Por su parte, Márquez (2009) plantea el concepto de identidad territorial como clave para comprender cómo las acciones colectivas contribuyen a dar significado a las identidades individuales de quienes habitan el barrio, producto de las prácticas y del contexto físico en el que se desarrollan. En este sentido considera que “La territorialidad es un rasgo compartido por todos los sujetos sociales, y por ello es componente básico de su identidad (...) Y aunque el sentimiento de pertenencia en nuestras ciudades pareciera estar ligado a un gran espectro de espacios urbanos, la valorización e identificación de los vínculos de intercambios simbólicos y afectivos en el pequeño territorio y la vecindad continúan presentes” (s/p).

En línea con lo anterior, Bozzano (2017) plantea tres acepciones al concepto de territorialidad en función de: 1) una historia social con cargas psicológico-simbólicas, 2) la condición o el carácter dominantes (urbano, rural, natural, periurbano, y rururbano) y 3) las espacialidades absolutas, relativas y relacionales. Este autor propone el método Territorii de investigación, intervención y transformación territorial en el marco de la investigación-acción participativa. Para este abordaje, propone nueve momentos o territorios (reales, vividos, pasados, legales, pensados, posibles, concertados, inteligentes y justos) cada uno de los cuales poseen diversas técnicas, que buscan en su conjunto generar un espacio científico participativo multidisciplinario, con intervención

comunitaria, académica, empresarial y del sector público (Bozzano y Canevari, 2020). En la presente investigación, se ha trabajado con los territorios reales, pasados, legales, vividos, pensados y posibles, quedando para una instancia de profundización del trabajo de intervención y transformación territorial en Chapadmalal los territorios concertados, inteligentes y justos.

Respecto del caso de estudio, Chapadmalal es un asentamiento de rango menor dentro del Partido de General Pueyrredon, en tanto “aglomera población por fuera de la cabecera departamental y su dinamismo es tributario de lógicas urbano-rurales” (Jacinto, 2012, p. 5). Dado su carácter de espacio litoral y su cercanía a centros turísticos de sol y playa de jerarquía a nivel nacional, la actividad terciaria de servicios vinculados al turismo ha configurado el territorio desde sus inicios, en combinación con actividades primarias. Sin embargo, no son solo espacios de producción económica, sino lugares de memoria y patrimonio, áreas de sociabilidad a partir de vínculos de proximidad y espacios de construcción de ciudadanía (Pagès y Péliissier, 2000, como se cita en Jacinto, 2012).

En función de lo planteado, este trabajo centra el interés en los Barrios Playa los Lobos y Playa Chapadmalal los cuales presentan características similares y contrapuestas, ambos surgieron del loteo primigenio: como barrio para albergar residencias de veraneo de la elite porteña (Playa Chapadmalal) y como solución habitacional para el núcleo de residentes que se trasladó para prestar servicios en estas residencias (Playa Los Lobos). Por otro lado, mientras que en la actualidad el Barrio Playa Chapadmalal es el que mayor desarrollo turístico posee en términos de oferta de alojamiento, gastronomía y recreación, Playa Los Lobos no se considera un barrio turístico y sus habitantes son más proclives a denunciar los impactos negativos de la actividad (Cacciutto y Roldán, 2021).

Finalmente, en cuanto a la noción de turismo alternativo, existen visiones que lo asocian a segmentos específicos de demanda, que si bien buscan diferenciarse de las propuestas convencionales y masificadas, a partir de apelar al bajo impacto ambiental, y/o a la exclusividad respecto del acceso a prácticas y atractivos, terminan operando bajo la lógica de mercado hegemónica. Por otro lado, existen propuestas que apelan a lo alternativo a partir de la gestión de la oferta turística, esto es, considerando qué actores son los que participan de la actividad en calidad de gestores al tomar decisiones sobre el rumbo de la misma y en los beneficios que la actividad genera. Johnston (1995) diferencia ambos enfoques como Turismo alternativo *demand-side* o “desde el lado de la demanda” y turismo alternativo *supply side* o “desde el lado de la oferta”. Para el caso de estudio, se tuvieron en cuenta estas visiones para interpretar lo que emerge del discurso de los vecinos.

METODOLOGÍA

En función del marco conceptual expuesto y con el objetivo de propender a un análisis integral, se adhiere a la propuesta de Gimenez (2005), quien plantea un análisis de las identidades desde una perspectiva compleja, al proponer un entrelazamiento de los aportes provenientes de disciplinas de las ciencias sociales tales como sociología, antropología y geografía.

Se realizó un estudio descriptivo e interpretativo, desde un enfoque cualitativo, a fin de conocer la subjetividad en relación a los imaginarios y prácticas sociales vinculados a estilos de vida, apropiaciones espaciales y actividades recreativas que realizan los

vecinos, así como también sus visiones acerca de la posibilidad de un desarrollo turístico alternativo. Para ello, resulta necesario indagar en las visiones de los vecinos de los barrios Playa Los Lobos y Playa Chapadmalal, que integran la localidad de Chapadmalal, a partir de la realización de grupos de discusión, denominados talleres.

En cada taller se propuso un tema para convocar a los vecinos y se realizaron una serie de dinámicas y actividades específicas tales como línea de tiempo, semaforización de problemáticas, preguntas disparadoras, y finalmente un mapeo colectivo para espacializar la información que emergió de los encuentros anteriores. Las dinámicas de trabajo se llevaron a cabo en grupos de discusión reducidos y/o plenarios a partir en los cuales se invitó a los participantes a dialogar en torno a una serie de temas propuestos, bajo la coordinación del equipo de investigación. Los ejes transversales de los talleres fueron: Identidad, Barrio y Turismo.

A partir de la información recabada en cada encuentro, se procedió a su sistematización y análisis parcial a fin de socializar y validar las interpretaciones realizadas por el equipo de trabajo en el encuentro posterior, e identificar la necesidad de profundizar ciertos temas en función de la demanda de los vecinos. Finalmente, la información se sistematizará en forma integral con matrices de análisis manuales.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir de las dimensiones de lo barrial que propone Gravano (2003) y de los momentos o territorios que establece Bozzano (Bozzano y Canevari, 2020), se realizan apreciaciones generales y preliminares de los talleres dado que el proyecto aún se encuentra en fase de ejecución. En este sentido se observa que:

En relación a los barrios Playa Chapadmalal y Playa Los Lobos (territorio real), su origen se encuentra presente en la memoria de los asistentes a los talleres, a partir de reconocer hitos, lugares y elementos que dan cuenta de los procesos de expansión y asentamientos que se fueron sucediendo hasta la actualidad; así como también la identificación o caracterización de las diferentes personas que habitan Chapadmalal y los posibles lazos o relaciones sociales que se establecen entre los vecinos del lugar.

Además, en el territorio vivido, se identifican lugares que son apropiados de forma material y simbólica por parte de los vecinos: la Sociedad de Fomento, su plaza y su huerta, la Cervecería las Cuevas, el Humedal, la Playa La Paloma, los Ecopuntos, la Plaza de la Naturaleza, la Feria de artesanos y el club Costa Azul; también, se mencionan algunos eventos tales como la Teleseada (dimensión identitaria). Por otro lado, también se menciona que algunos de estos lugares constituyen zonas de conflicto, algunos de ellos vinculados a la ocupación de tierras en espacios públicos como es el caso de los márgenes de los arroyos o el Humedal (dimensión social).

El territorio pensado, se establece a partir de las dimensiones estructural, social e identitaria. En este sentido, los vecinos hacen referencia a la ausencia del estado y al hecho de que no gozan de los mismos privilegios que la ciudad, especialmente en lo referido a la falta de respuestas y la deficiencia en los servicios de salud, transporte público, educación y gestión de residuos. Por otro lado, se destaca la presencia de una comunidad activa en cuanto a la participación y con un entramado asociativo fuerte, que debate profundamente sobre las distintas problemáticas que se observan en el territorio.

Además, mencionan que los espacios públicos no son reconocidos como tales ni valorados por la sociedad local.

Por último, un territorio posible en el cual se piense el desarrollo turístico que hasta el momento podría considerarse como alternativo, en función de lo manifestado por los vecinos, son contribuciones que se incorporarán en la versión extendida del documento, una vez finalizados los talleres pendientes en la presente investigación.

BIBLIOGRAFÍA

Barbini, B. (2010). Dimensión socio-cultural: actividad turística y capital social local. A propósito de Tandil y Villa Gesell. En Mantero, Juan Carlos, (Ed.), *Turismo y territorio. Del diagnóstico a la proposición de desarrollo turístico*. A propósito de la Provincia de Buenos Aires (pp. 185-226). Mar del Plata: CIT. ISBN 978-987-544-354-9.

Bozzano, H. (2017). *Territorios posibles: procesos, lugares y actores*. Ediciones Lumiere.

Bozzano, H. y Canevari, T. (2020). *Transformar diálogos de saberes en diálogos de haceres: ciencia, comunidad y políticas públicas*. 1a ed. EDULP.

Cacciutto, M., Roldán, N. y Corbo, Y. (2022). *Imágenes y conflictos asociados a Chapadmalal (Argentina) como destino turístico post pandemia*. Comunicación presentada en ATLAS Latin America Conference, Bogotá [COL], November 17-18, 2022. ISBN 978-94-93064-10-2.

Cacciutto, M. y Roldán, G. (2021). *Turismo y comunidad residente en el contexto Covid-19: el caso de Chapadmalal* (Partido de General Pueyrredon, provincia de Buenos Aires). Ponencia aceptada en el II Congreso Internacional de Investigaciones en Turismo e Identidad. Universidad Nacional de Cuyo, 20 al 22 de Octubre de 2021.

Díaz Larrañaga, N. (2013) La nostalgia del barrio o el lugar donde se vive. En Alfonso A. (comp) *Comunicación y Estudios Socioculturales. Miradas desde América Latina*. Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, Argentina, 115-127.

Gravano, A. (2003) *Antropología de lo barrial: estudios sobre producción simbólica de la vida urbana*. Espacio Ed. Bs As.

Giménez, G., (2005). *Territorio e identidad. Breve introducción a la geografía cultural. Trayectorias*, VII (17), 8-24.

Hernández, F. M. (2008). Hacia un modelo de desarrollo turístico alternativo en los pueblos balnearios del Sudeste Bonaerense. *Boletín geográfico*, (31), 367-388.

Jacinto, G. (2012). Vínculos urbano-rurales y construcción de nuevas territorialidades en asentamientos de rango menor. *Mundo Agrario*, 12(24), 00-00.

Johnston, A. M. (1995). A critical review of alternative tourism: full fare tourism? A case study of Mundo Maya. [Tesis doctoral, University of British Columbia].

Madoery, O. (2007) *Otro Desarrollo. El cambio desde las ciudades y regiones*. Cap. 1. Ed. UNSAM.

Mantero, J. C. (2001). Urbanizaciones turísticas del litoral atlántico. *Aportes y Transferencias*, 5(2), 11-54.

Márquez, F. (2009). Historias e identidades del Gran Santiago: 1950-2000. *Avá Antropología*, (15), s/p.

Mesa de Trabajo N°13: Miradas antropológicas sobre los procesos de turistización en clave latinoamericana: tensiones, alteridades y territorios

**RURALIDADES, NATURALEZA Y JÓVENES:
REPRESENTACIONES SOBRE EL TURISMO EN LA ESCUELA
CAMPEANA DE CHANCANÍ (CÓRDOBA, ARGENTINA)**

Catalano Barbara, Trivi Nicolás, Hissa Sebastián, Sosa Eugenia.

Universidad Provincial de Córdoba

El despliegue del turismo en territorios marginales en términos productivos y relativos a los principales centros de decisión supone nuevos desafíos de gestión para las políticas públicas, así como implica la posible reorganización económica de sus comunidades locales. Por otro lado, para el ámbito académico invita a nuevas reflexiones teóricas atadas a experiencias en campo. En el caso del oeste de la provincia de Córdoba (Argentina), se trata de una región que abarca parte del corredor del Chaco Árido, con una historia ligada a la industria forestal y una actualidad de actividad agropecuaria de subsistencia, tradicionalmente excluida de los principales flujos económicos y centros de decisión provinciales, pero que actualmente atraviesa transformaciones ligadas al avance del agronegocio, la provisión de infraestructura carretera ligada al turismo, y la creación de nuevas unidades de conservación ambiental. En particular, la localidad de Chancaní (departamento Pocho) presenta una población de alrededor de 500 habitantes y una influencia sobre parajes cercanos dada la presencia de la única escuela secundaria de la zona. En las inmediaciones del pueblo se creó en 1986 el Parque Natural Provincial y Reserva Forestal Natural Chancaní (PNPyRFNCh). Y al norte, en una porción de la antigua Estancia Pinas, se crea en 2018 el Parque Nacional Traslasierra. En 2022 se inaugura el asfalto del tramo de la ruta provincial 28 desde la localidad de Taninga hasta Los Túneles, consolidando como miradores panorámicos una antigua obra carretera que unía la Sierra de Pocho con la llanura occidental, y conformando así un nuevo atractivo turístico, que por ahora no incluye a Chancaní en un circuito más amplio. En este sentido, se plantea como interrogante la manera en que se construye la práctica del turismo rural y de naturaleza en un territorio marginal (muy diferente a los pueblos rurales de la provincia de Buenos Aires, por ejemplo), y que aún no se ha consolidado como destino.

A partir del proyecto de extensión de un equipo multidisciplinario de la Facultad de Turismo y Ambiente de la Universidad Provincial de Córdoba, que viene trabajando en Chancaní sobre las potencialidades del turismo rural y de naturaleza, y el proyecto PICTO “El turismo como sostenedor del sistema productivo de las comunidades de Chancaní, departamento de Pocho de la provincia de Córdoba”, esta ponencia plantea tres objetivos preliminares y exploratorios. En primer lugar, se presentan las características socioterritoriales del lugar y se exponen las estrategias productivas y reproductivas de la población local, a partir de una caracterización de sus condiciones socioeconómicas en perspectiva histórica. En segundo lugar, se ahondará sobre las representaciones del turismo por parte de los jóvenes que asisten a la escuela secundaria de Chancaní que son considerados los sujetos clave en el potencial desarrollo turístico del lugar. Finalmente, se esbozan reflexiones teóricas y conceptuales sobre el turismo rural en la provincia de Córdoba en general y en el caso de estudio en particular, haciendo hincapié en las configuraciones heterogéneas que presenta cada territorio en la definición de turismo

rural, ruralidades, campesinado y en las tensiones que emergen en las relaciones entre el territorio, las comunidades y la reciente creación del PNT. En ese sentido, nos interesa poner en discusión las relaciones entre el desarrollo turístico local, en términos de uso de recursos naturales inscriptos en áreas protegidas, como también en relación al turismo rural y el rol de los productores locales, en la gestión participativa del turismo.

En esa línea nos planteamos los siguientes interrogantes: ¿qué sentido tiene el turismo para esta población? ¿qué oportunidades ofrece? ¿qué riesgos representa? ¿qué sentido tiene la preservación ambiental para el Estado, para el sector turístico y para la comunidad? ¿cómo convive la experiencia campesina con el desarrollo del turismo en zonas relegadas? ¿cuáles son las representaciones sobre el turismo, los turistas, los viajes, las vacaciones, por parte de las comunidades? ¿cómo son las relaciones entre la naturaleza y las cotidianidades de los habitantes? ¿por qué se considera al turismo como una actividad económica y productiva para esa zona?

En el caso de estudio se destaca la convergencia del turismo rural y del turismo de naturaleza. Conceptual e idealmente, el turismo rural debe aportar a la diversificación de la economía local, a la revalorización de la cultura autóctona, y a la conservación ambiental de la región en cuestión. A su vez, la oferta turística asociada a las comunidades rurales propicia una valorización de la identidad cultural y fomenta intercambios de experiencias asociados a un tipo de turismo sostenible, sobre todo en términos socio-culturales. En esa línea, definimos al turismo rural comunitario como un tipo de turismo gestionado en el marco de la cosmovisión y procesos de las comunidades indígenas y campesinas bajo los principios de respeto, participación, equidad, autodeterminación y conservación del patrimonio, y según el paradigma del comercio justo y el turismo responsable (Cáceres et al., 2013). Según Perez Winter (2019), el turismo rural en Argentina está asociado a la visita de estancias en complemento a otros establecimientos productivos con un interés orientado hacia lo educativo como las granjas o la inclusión de pequeñas localidades como los pueblos y parajes. No obstante las concepciones generales sobre el turismo rural, nos interesa profundizar en los rasgos particulares de la ruralidad en la localidad de Chancaní y las concepciones nativas sobre lo rural y lo turístico.

El conocimiento del turismo rural asociado a la vida campesina requiere de un acercamiento desde la antropología sobre dichas concepciones. Según Wolf (1972), la antropología trata de descomponer la categoría “campesino” y para ello se requiere distinguir entre los distintos tipos de campesinos, adentrarse en las particularidades de cada comunidad y su relación con las zonas urbanas, los mercados y sistemas de comunicación, como también sobre las causas de las persistencias de tradiciones o de los cambios. Para el autor, “el objetivo principal del campesino es la subsistencia y el status social que se obtiene dentro de un pequeño campo de relaciones sociales” (p. 10). Estas relaciones entran una “lectura del paisaje como recurso turístico y como componente de la pequeña comunidad es indispensable” (Thomé Ortiz, 2008, p. 254). El ser campesino y la actividad turística se articulan, y la segunda es una integrante más de la pluriactividad de la *gente del campo*.

Por otra parte, las zonas de estudio presentan un acervo vinculado a una gran extensión de territorio dotado de recursos naturales objeto de preservación y resguardo. Las áreas naturales en el caso de estudio son consideradas como los recursos esenciales para el desarrollo turístico del lugar. El turismo asociado a la naturaleza presenta un gran auge en términos de agenda internacional, con la difusión del paradigma ambiental que plantea

una concepción y una ética nueva del turismo y que reimpone el análisis de todas las dimensiones que inciden en la actividad: naturales, económicas, sociales y políticas. En esa línea el turismo de naturaleza consiste en el conjunto de prácticas asociadas al disfrute de atractivos naturales sin que ello implique un desajuste en los ecosistemas y ambientes en los cuales las especies subsisten (Bertoni, 2008). Ahora bien, existen concepciones críticas sobre el uso de la naturaleza para el desarrollo de actividades turísticas, que plantean contradicciones entre la naturaleza, la economía y las sociedades, que en ocasiones desembocan en luchas sociales en torno al uso del espacio y la conservación ambiental, como también en una idealización sobre el concepto de sostenibilidad asociado al turismo (Cordero Ulate, 2006; Ramírez, 2015).

El caso de estudio refleja una realidad particular que afrontan los jóvenes que viven en las cercanías a la Reserva Chancaní y al PNT. Existe un fenómeno de migración por parte de los jóvenes hacia localidades como es el caso de la ciudad de Villa Dolores, centro de referencia de la comunidad. Aichino (2018) plantea esta situación de despoblamiento producto de las nuevas condiciones impuestas por el avance del modelo neoliberal de agronegocios, que encontró un marco favorable en nuevo ciclo de expansión del mercado interno y el consumo luego de la crisis del 2001-2002, con un protagonismo de la exportación de commodities (López, 2015). Por otra parte, la centralidad de la escuela secundaria en el pueblo de Chancaní hace que los adolescentes dejen sus parajes rurales, haciendo que el pueblo adquiera gran relevancia para la sociabilidad juvenil. Esto no se manifiesta tanto en niños y niñas ya que muchos de estos parajes cuentan con escuela primaria. Estos fenómenos influyen en los procesos de movilidad de los parajes rurales hacia los poblados cercanos “llevando al despoblamiento del interior” (Aichino, op. cit., p. 173).

En ese sentido es que vamos a considerar al nuevo paradigma de la movilidad (Sheller & Urry, 2006) como encuadre metodológico y teórico, ya que concebimos al turismo como parte de un movimiento no solo de los cuerpos sino también de las memorias, de las emociones y de las diferentes atmósferas, realidades y fantasías (Sheller & Urry, 2006). La estrategia cualitativa, situada dentro del marco interpretativo, propone “comprender el sentido de la acción social en el contexto del mundo de la vida y desde la perspectiva de los participantes” (Vasilachis, 2009, p. 9). Por tal motivo, es que además del análisis documental se incluye la realización de entrevistas semiestructuradas con estudiantes que viven en las cercanías a Chancaní y que asisten a los últimos años de la escuela secundaria de Chancaní. En el proceso de recolección de datos nos interesa el análisis de lo profundo, lo intenso, lo particular por sobre lo superficial, lo extenso y las generalidades. Este análisis se nutrirá de indagaciones acerca de las experiencias, comportamientos, acciones, significaciones y sentidos que las personas dan a sus propias vidas, como también las interacciones sociales y el contexto en el que se despliegan (Scribano, 2008).

BIBLIOGRAFÍA

Aichino, G. L. (2018) Geometrías del poder y co-producciones espaciales en torno a las estrategias y representaciones desplegadas en los territorios rurales del oeste de la provincia de Córdoba (2010-2016) (Tesis de posgrado). FaHCE/UNLP.

Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Revista Colombiana de Geografía*, 17, 155–163.

Cáceres, C., Troncoso, C., y Vanevic, P. (2013). Nuevas modalidades turísticas en Argentina. Experiencias de turismo comunitario en la provincia de Salta. XII Jornadas Nacionales de Investigación En Turismo. Ushuaia, 5, 6 y 7 de diciembre de 2013.

Cordero Ulate, A. (2006). Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo. CLACSO, Buenos Aires.

López, E. (2015). Los años post-neoliberales. De la crisis a la consolidación de un nuevo modelo de desarrollo. Miño y Dávila editores, Buenos Aires.

Scribano, A. (2008). El proceso de investigación social cualitativo. Prometeo Libros, Buenos Aires.

Perez Winter, C. (2019). El “retorno al campo” desde la mirada local. Redescubriendo los atractivos patrimoniales pampeano-bonaerenses (Argentina), Revista Pasos.

Ramirez, L. (2015). Turismo Sustentable. Nuevas formas de practicar turismo. ¿Nuevas formas de alcanzar objetivos sustentables? Cuadernos de RSO, 3, 41–56.

Sheller, M., & Urry, J. (2006). The new mobilities paradigm. *Environment and planning A*, 38(2), 207- 226.

Thomé Ortiz, H. (2008) “Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía”. *Convergencia*, 15 (47), 237-261.

Vasilachis de Gialdino, I. (2013). Pobres, pobreza, identidad y representaciones sociales. Gedisa.

Wolf, E. R. (1999). Las luchas campesinas del siglo XX. Siglo XXI.

Mesa de Trabajo N°13: Miradas antropológicas sobre los procesos de turistización en clave latinoamericana: tensiones, alteridades y territorios

RELATOS EMBLANQUECIDOS: NARRATIVAS TURÍSTICAS DE LAS MINORÍAS ÉTNICAS EN BS. AS

Hruby Roxana, Cortés Ricardo.

CIDeTur, Escuela de Economía y Negocios, Universidad Nacional de San Martín

INTRODUCCIÓN

Desde aquella primera noción de la “industria sin chimeneas” (Dachary et al., 2003, Fortunato, 2017; Sosa, 2023) que interpretaba al turismo como operaciones de producción y comercialización de bienes y servicios generada por las personas que se desplazaban con fines de ocio o de recreación (Santana Talavera, 2023), la mirada sobre los estudios turísticos y la práctica de la actividad se ha complejizado.

En la actualidad se establece una clara diferenciación entre el Turismo entendido como industria, que propicia el desarrollo económico en un mercado globalizado, frente a la puesta en acto que la práctica del mismo ocasiona. Es decir, su propia condición de fenómeno humano, que sitúa al turismo como una actividad no externa a la sociedades (Santana Talavera, 2003), la separa de la primera noción y enuncia no sólo el entramado que caracteriza a las interacciones y procesos que se originan cuando el ser humano se desplaza, sino también su condición de fenómeno multifacético e integral.

Tal vez por ello, es que en las últimas décadas fue adquiriendo mayor relevancia la dimensión social de estos estudios (Ruiz, 2017; Sosa, 2023), reconociendo la complejidad que la actividad reviste y permitiendo reconocer al Turismo como “una construcción social que adquiere diferentes formas en el transcurso de la historia” (Campodónico, 2013, p 297), cuya práctica implica un conjunto de interrelaciones entre múltiples actores en diversos contextos espacio-temporales (Campodónico, 2013). En este sentido, este giro hacia el enfoque interdisciplinar pondera “la necesidad de desarrollar un esquema de coordinación más holístico, integrado, flexible y sensible que contribuya al bienestar de las comunidades” (Sosa, 2023, p.43)

Desde esta perspectiva integradora, destaca la noción del turismo como operación comunicativa, que recurriendo al uso de relatos (verídicos o ficcionales) forma parte de la dinámica de los sistemas sociales (Osorio 2007; Vazquez Ramírez et al, 2013). En este sentido, podemos afirmar que el turismo se fundamenta en narrativas que a modo de idearios “indican las pautas posibles para mirar los bienes y la naturaleza cultural” (Santana Talavera, 2003, p.9) de aquellos atractivos que conforman el capital simbólico de un destino.

Cómo tal, partimos del supuesto que el análisis de estos relatos o narrativas se constituyen en un objeto de estudio que permiten reconstruir procesos sociales complejos, en tanto se presentan como herramientas de comunicación para transmitir y explicitar la experiencia humana en un tiempo y espacio definido (Fesanmaier, 2008).

En este sentido, entre las múltiples narrativas turísticas vigentes acerca de la configuración de la sociedad porteña, destacamos aquella que sostiene que en la ciudad de Buenos Aires las minorías étnicas que dieron origen a la sociedad colonial no están

presentes en la actualidad, dado que no se evidencia la descendencia indígena, o en el mejor de los casos aquellos que aún subsisten habitan reservas en el interior del país; no quedan africanos del tronco colonial, y menos aún presencia gauchesca en el perfil demográfico de la ciudad. Estas consideraciones han contribuido y aún contribuyen a construir la imagen de una sociedad blanca y homogénea que refuerza el mito de origen de la República Argentina desde el momento mismo de su independencia (Martínez Sarasola, 1997; Annechiarico, 2014; Candiotti, 2021). Aquel que sostiene que la Argentina está conformada por “ciudadanos blanqueados en color y europeizados en mentalidad y costumbres” (Yao, 2015, p.2). En tanto, para justificar la existencia de individuos con rasgos fenotípicos diferentes, se atribuye su presencia a la población boliviana, paraguaya y peruana ingresada en las últimas décadas al país (Maguid y Bruno, 2010)

Por lo tanto, tomando en cuenta este supuesto, el presente trabajo plantea como objetivo el propósito de analizar y problematizar las narrativas vinculadas a las minorías étnicas de la ciudad, indagando en los alcances y consecuencias de las mismas, en relación a la imagen turística de Buenos Aires y de los profesionales vinculados a la práctica de la actividad. Metodológicamente, la ponencia presenta un diseño cualitativo con enfoque teórico. Se trabajó con la revisión de fuentes secundarias y se realizaron entrevistas en profundidad a profesionales del sector turístico. Finalmente se presentan algunos resultados y recomendaciones a fin de incluir a las minorías étnicas en los relatos turísticos de la ciudad.

La narrativa como relato funcional a la práctica del turismo.

El estudio de las narrativas como instrumento o herramienta para la investigación, permite reconocer a éstas como aquel acto comunicativo que se estructura en base a una construcción verbal, gestual, oral o escrita. A partir de la misma, se presentan sucesos integrados, argumentando de manera verídica o ficcional un tema o situación en particular. Requieren como mínimo la existencia de un emisor y de un receptor entre los cuáles se conjuga la intención y la finalidad como condiciones necesarias, es decir ¿por qué narrar? y ¿para qué narrar? (Calsamiglia Blancafort, 2000; Palleiro, 2005)

En este sentido, ordenan temporal, causal y relacionadamente el entramado de significaciones tematizadas, concentrando la información que se presenta en cada caso (Escalas, 2004; Prats y Santana, 2011) Es decir, una narración condensa un texto significado que reproduce de manera simbólica todo aquello que existe y que se interpreta a partir de los parámetros o referentes culturales adquiridos, debido a que “los relatos no son nunca meras copias del mundo, como imágenes fotográficas; son interpretaciones” (Jackson, 1995, p.11) Por esta razón son inherentes a la práctica de la actividad turística, debido a que propician la generación de significados que contribuyen a delinear nuevos marcadores de interés (MacCannell, 1999), delimitando lo visitable de lo no visitable en un enclave turístico (Francesch Díaz, 2003)

Sin embargo, lograr la operatividad de estas narrativas es un proceso complejo, dado que exige alcanzar la “conexión narrativa” (Caroll, 2001), que como un entramado en red permite interconectar los diversos componentes del relato para lograr el entendimiento buscado. También requiere de una actitud activa del receptor (turista/visitante) que debe realizar una reconstrucción de sentido (Martos Nuñez y Martos García, 2011), que en todos los casos es polisémico, debido a las variadas interpretaciones que cada individuo puede hacer de la realidad que se le presenta. Es importante tener en cuenta que la tematización de las narrativas se consolida por repetición y se vuelven incuestionables con el paso del tiempo. Una vez instaladas son muy difíciles de romper (Francesch Díaz, 2003) Tal vez por ello, cuando el relato narrado logra cumplimentar todos las

particularidades señaladas, “el producto consumido finalmente puede no ser tradicional para el grupo visitado, pero lo construido artificialmente aparece ante la mirada del turista como más real que lo real mismo” (Saarinen, 1998, p, 158). En este proceso enunciado intervienen múltiples actores: instituciones públicas, sector turístico, tour operadores y otros agentes culturales complejizando aún más el propósito inicialmente buscado (Francesch, 2003). Pero en casi todos los casos lo que acontece es que,

La cultura o una selección no neutral de la misma, es objetivada y despersonalizada, sacada de contexto, a fin de obtener un producto [...], que debe infundir la idea de experiencia inolvidable y única para su consumidor y, a la vez, ser repetible y estandarizada para el conjunto (Santana Talavera, 2003, p.8)

Relatos turísticos de las minorías étnicas en la Ciudad de Buenos Aires.

Desde la noción de aldea colonial como enclave periférico, a la París sudamericana cómo narrativa justificadora de los ideales positivistas de la generación del '80, muy poco se han transformado los relatos turísticos que describen la historia de la ciudad de Buenos Aires. Al punto tal, que poca o ninguna mención se hace de los indígenas que, al igual de lo sucedido en otras partes del continente, fueron sometidos por los conquistadores. Diferentes relatos nos hablan de los poblados de distintas parcialidades indias como los Querandíes, Caguané, los Chanás e incluso algunos Quilmes traídos de Tucumán en las afueras de la ciudad desde el siglo XVII, cuyos hombres solían prestar servicios urbanos como peones y artesanos (Conlazo, 1982; Birocco, 2009). Esta porción ignorada de la población, incorporada violentamente a la conquista, forma parte de un primer mestizaje del cual también participó un importante núcleo de personas esclavizadas, apenas reconocidas por las instituciones coloniales. Estas presencias determinaron aquello que Martínez Sarasola (1992) señala como la primera matriz hispano-indígena de la Argentina y que contribuye a definir el perfil identitario de la Argentina (Blache y Dupey, 2007). Aquella, que junto a la gran inmigración europea de fines del siglo XIX y la argentinización del siglo XX, conformaron la actual identidad multiétnica y pluricultural que caracteriza al país (Martínez Sarasola, 1992).

Es decir, una ciudad étnicamente diversa, culturalmente mestiza y extremadamente periférica respecto de los grandes centros de producción colonial, definió la historia política y cultural de los primeros 300 años de este territorio. Sin embargo, poco o nada de estos elementos aparecen en la discursiva turística de Buenos Aires, al momento de presentar las particularidades que la caracterizan. Es observable que la oferta turística promovida desde los entes públicos de la Ciudad de Buenos Aires profundizan en aquellos circuitos cuyas narrativas describen sólo una porción de esa identidad diferencial señalada. Los recorridos presentes en la página oficial del ente de turismo porteño proponen aproximarse a la ciudad a partir de visitas, paseos y experiencias que ponen en valor fundamentalmente a la inmigración europea y más recientemente la asiática, ignorando o “emblanqueciendo” cualquier rasgo diferenciador que remita a la época colonial. Entre otros podemos mencionar: “Rincones Parisinos: Recoleta”; “Conocé la Torre Monumental” (Reino Unido, Escocia e Irlanda); Belgrano-Circuito 2: Barrio Chino; Barrio Coreano: circuito 1 y 2 .

Ahora bien, entre las misiones primarias de la Secretaría de Desarrollo Turístico de la Ciudad, se señala “Promover la descentralización territorial de la actividad turística en función de la mejora de la calidad de vida de los residentes y de la conservación y preservación del patrimonio natural, histórico y cultural” (Dirección de Desarrollo Turístico, ENTUR, 2023) Y si bien, en la página promocional se observa el trabajo realizado en pos de la descentralización, se evidencian también muchas ausencias en torno a la preservación del patrimonio histórico y cultural.

Por ejemplo, en el Circuito Catedral al Sur se menciona la idea de hacer “ un viaje a ese Sur inmediato de la ciudad para adentrarnos en la historia de sus adoquines” (ENTUR, 2023), pero no aparecen referencias de ningún tipo sobre los querandíes, los afrodescendientes o incluso los gauchos en tanto grupos sociales con una importante presencia en este sector de la ciudad en la época colonial, etapa en la que justamente surgió el primer adoquinado porteño. Lo mismo puede señalarse para el periodo poscolonial, cuando se arriman a las orillas o arrabales de la ciudad, que se transformaría en su hábitat natural, hacia fines del siglo XIX. De la misma manera el Circuito “Conocé el museo del Cabildo y la Revolución de Mayo” que propone un recorrido a partir de la construcción de este emblemático edificio, no hace ninguna referencia a la población que definió esta primera matriz poblacional.

Circuitos como “Tigre clásico” o la “Experiencia de la Yerba mate”, tampoco recuperan el histórico proceso de producción de la yerba de la que participaron importantes etnias indígenas, pero sí menciona “una hermosa vista del Museo de Arte de Tigre, un elegante edificio de finales del siglo XIX” (ENTUR, 2023). En esta narrativa, las referencias a las influencias arquitectónicas europeas de finales del siglo XIX se anteponen al rescate de una marca cultural cuya herencia indígena resulta innegable.

CONSIDERACIONES FINALES

Los circuitos delimitados y las narrativas presentadas en la ciudad de Buenos Aires, por parte del Ente oficial de Turismo, no son neutras. Como se mencionó precedentemente, construyen significados que instalan marcadores de interés delimitando lo visitable de lo no visitable en un enclave turístico. Y si éstas se consolidan por repetición y se vuelven incuestionables con el transcurrir del tiempo, el interrogante que surge es ¿qué pasó con los 300 años de historia previa a la gran inmigración de fines del S. XIX? ¿dónde quedaron las huellas de los indígenas que habitaban estas tierras, de los afrodescendientes esclavizados del tronco colonial y del gaucho en tanto tipología social, más allá de la “Feria de Mataderos”?

Las narrativas turísticas sostenidas en la actualidad respecto del patrimonio de las minorías étnicas que poblaron la ciudad de Buenos Aires antes de su Federalización en 1880, mantienen un relato simbólicamente representativo de un pasado colonial que no necesariamente refleja los procesos socioculturales desarrollados en el Río de la Plata.

Desde esta perspectiva a-histórica, estas ausencias determinan la conformación de narrativas empobrecidas, al no incluir la diversidad étnico-racial que caracterizaron a estos complejos procesos, repercutiendo en el desarrollo de productos turísticos emblanquecidos y en muchos casos simplificados. Esta condición dificulta también, la promoción de acciones más equitativas que tomen en cuenta la presencia y permanencia de las minorías étnicas como sujetos de derecho. Por lo tanto, incluir sus voces en los planes de promoción y desarrollo de la actividad turística de la ciudad, no sólo permitiría ampliar la oferta cultural, sino y fundamentalmente recuperar 300 años de memoria relegada en pos de aquel sueño de convertir a Buenos Aires en la “París Sudamericana”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anecchiarico, M (2014); Afrodescendientes en la Argentina: Enigmas, cegueras y mitos nacionales; Asociación Civil Ciencia Hoy; Ciencia Hoy; 24; 141; 10-2014; (pp 24-30).

Birocco, C. M (2009) Los indígenas de Buenos Aires a comienzos del siglo XVIII: los reales pueblos de indios y la declinación de la encomienda en *Revista de Indias*, 2009, vol. LXIX, núm. 247, págs. 83-104,

Blache M y Dupey AM (2007) Itinerario de los estudios folklóricos en Argentina. *Relaciones de la Sociedad Argentina de Antropología XXXII*. Buenos Aires

Calsamiglia Blancafort, H (2000), Estructura y funciones de la narración, Colección: *Revista Textos*. N° 25 - ISSN: 1133-9829

Campodónico, R. Montequin, R. (2013) Turismo rural en Uruguay: un producto complementario, en *Turismo rural y en Área Protegidas*. p.291 - 303, Organizadores: González Hernández, Matías M. LeónGonzález, Carmelo J.. De León Ledesma, Javier. Moreno Gil, Sergio(coord.), Editorial Síntesis, España

Candiotti, M (2021) Una historia de la emancipación negra, esclavitud y abolición en la Argentina. Siglo XXI, Buenos Aires.

Conlazo, D (1982) Los indios de Buenos Aires, siglos XVI y XVII Buenos Aires, Búsqueda-Yuchán.

Dachary A; Arnaiz Burne SM (2004) Globalización y Turismo ¿dos caras de la misma moneda? *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Volumen 13, pp. 303 - 315

ENTUR, Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires (2023) <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/que-hacer-en-la-ciudad>

Fortunato, N. (2017). La formación en turismo, su legitimación académica y la identidad de sus profesiones /. *Realidad. Tendencias Y Desafíos En Turismo (CONDET)*, 13(1), 51-68. Recuperado a partir de <https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/condet/article/view/1722>

Francesch Díaz (2003), Alfredo. Antropólogos, turistas, confusiones y reflexiones. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 14, núm.

Martinez Sarasola, C (1992) Nuestros paisanos los indios, Buenos Aires, Sudamericana

Martos Nuñez E & Martos García A. Documentación de las Ciencias de la Información 2011, vol. 34, p.p.369-388

MacCannell, D. (1999). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley, Estados Unidos: University of California Press.

Osorio García, M. El carácter social del Turismo. Un análisis sistémico sobre su complejidad. *Estudios y Perspectivas del Turismo*. V. 16, p.p 464-492.

Palleiro, M. I. (ed.) (2005). *Narrativas: identidades y memorias*. Buenos Aires: Dunker

Prats, L. y Santana, A. (Coords.) (2011) *Turismo y patrimonio, entramados narrativos*. La Laguna (enerie): PASOS, RPC. www.pasosonline.org. Colección PASOS. Edita n° 5.

Saarinen, J. (1998). e Social Construction of Tourist Destinations. e Process of Transformation of e Saariselka Tourism Region in Finnish Lapland. *Destinations: Cultural landscapes of tourism*, 1, 154-178. Recuperado a partir de <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9780203441381/chapters/10.4324/9780203441381-17>

Sosa, M C (2023) La planeación del desarrollo turístico como una industria comunitaria. Revista Científica "Visión de Futuro", vol. 27, núm. 1, 2023. Universidad Nacional de Misiones, Argentina. Disponible

en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357972230003>

Ruiz, B. E. (2017). Comunidad, bienes comunes y turismo en Floreana (Islas Galápagos). *Revista de Antropología Social*, 26(2), 333-354.

Santana Talavera, Agustin. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*.

Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A. y Torres, J (2013) El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*. N° 5, enero-junio 2013, pp. 1-28

Mesa de Trabajo N°13: Miradas antropológicas sobre los procesos de turistización en clave latinoamericana: tensiones, alteridades y territorios

TURISMO Y MOVIMIENTO LGBTI+: EXPLORACIÓN DE PRÁCTICAS TURÍSTICAS DE GAYS Y LESBIANAS DE LA CIUDAD DE LA PLATA

Casiano Rocío Ayelén.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

El presente trabajo, de carácter preliminar, expone parte de los resultados de la investigación iniciada para mi tesis de grado. La misma exploró los discursos y las prácticas en relación al turismo de las personas que forman parte del movimiento LGBTI+, que se autodenominan gays o lesbianas de la ciudad de La Plata. Este trabajo, tiene como objetivo indagar en los discursos y prácticas turísticas que posee el movimiento gay - lésbico, a partir del análisis del armado de viajes y sus preferencias a la hora de hacerlo. Los interrogantes que surgen al respecto son: ¿Cuáles son sus preferencias a la hora de viajar? ¿Cómo eligen un destino? ¿Qué elementos son tenidos en cuenta a la hora de hacerlo? ¿Qué servicios turísticos utilizan? ¿Buscan servicios que sean destinados al movimiento LGBTI+?.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

En relación con el movimiento LGBTI+ y el turismo, Abellan (2020) comenta que a la hora de analizarlo encontramos dos grandes posiciones, las cuales fueron surgiendo a medida que éste se ha hecho visible dentro del ámbito turístico. Por un lado, desde un punto de vista empresarial, el cual tiende al análisis del movimiento como un nicho de mercado, estudiando las motivaciones y preferencias de las personas que realizan viajes o de aquellas que pueden llegar a ser potenciales viajeros, así como también la investigación en la mejora de estrategias de marketing y de atracción turística. Por el otro, desde una perspectiva más crítica, que se enfoca en el análisis de las experiencias LGBT que viajan o que forman parte de la comunidad local y se encuentran en contacto con el turismo.

Desde una perspectiva empresarial encontramos diferentes autores internacionales que analizan el perfil del turista LGBTI+ y el desarrollo de este turismo dentro del mercado. A la hora de hablar de las necesidades del turista, autores como Moner, Royo y Ruiz (2007), establecen una serie de necesidades a la hora de elegir un destino, las cuales son de tipo fisiológicas, de seguridad, social, de autoestima y de autorrealización. Posicionando a las fisiológicas como una de las necesidades primordiales, destacando al sexo como un papel importante que motiva al turista homosexual viajar. Esto lleva a que se genere un estereotipo en la oferta de actividades y servicios turísticos, tal como lo plantea Paradela, Gonzalez y Vila (2014), quienes mencionan que no debe definirse a este segmento en términos de sexualidad, ya que muchas veces al hablar de un mercado en particular se termina encasillando a un factor principal como elemento primordial.

Prat (2015) a la hora de hablar del perfil del turista LGBT establece que “*suelen ser personas solteras o separadas sin hijos bajo custodia directa, con un nivel social,*

económico y cultural medio y medio - alto, una gran capacidad para viajar en cualquier época del año y pueden permitirse realizar estos viajes gastando más que la media del turista” (Prat, 2015, p.605). Por su parte, Ballesteros (2017) menciona que el sector LGBT es tomado como un desestacionalizador turístico por dos cuestiones; en primer lugar, por las preferencias a la hora de viajar de las personas LGBT, ya que lo hacen en épocas de menor masificación, y en segundo lugar, basándose en Moner, Royo y Ruiz (2006)⁶⁶, por el hecho de que el turista LGBT se lo posiciona dentro del segmento DINK, es decir, parejas con doble sueldos, sin hijos, por lo tanto, no se encuentran ligados a los periodos de vacaciones ni tampoco a un tipo de turismo familiar.

Estos análisis hablan de una elitización del sector LGBT (Ródenas, 2020) por parte de la actividad, ya que se lo posiciona dentro de un nivel económico alto, considerando al movimiento como un conjunto homogéneo con una mayor capacidad de gasto, cuando no lo es, debido a que dentro del movimiento se encuentran una enorme cantidad de personas que poseen identidades diferentes con estilos de vida, prioridades, motivaciones muy diferentes unas con otras.

Autores como Abellan (2020) afirman que los estudios sobre el turismo y dicho movimiento se deben llevar a cabo desde los estudios sociales, ya que este enfoque es crucial para poder completar los vacíos que deja la producción de un conocimiento sesgado desde una posición mercantilista. Desde esta posición, Braticevic (2011) al hablar de turismo LGBT reconoce que el empeño de los mercados en el desarrollo de servicios turísticos dirigidos al movimiento es pura y exclusivamente por la variable de preferencia sexual, tomándolo como un estilo de vida. Además, menciona que pueden ser estrategias llevadas a cabo *“desde una mirada simplista de sus intereses y sus ideas de cómo debería ser su inclusión en la sociedad...”* (Braticevic, 2011, p.2). Es por ello que dicha autora establece que el “mercado gay” no representaría una forma de reconocimiento social, sino una forma de incorporar al movimiento LGBTI+ en una limitada capacidad de consumo en una sociedad de tipo capitalista.

Por otro lado, Larreche (2020) comenta que el turismo al ser una práctica social lleva a que se generen preguntas que tienen que ver con la condición humana, *“las motivaciones que activan los desplazamientos hablan de las personas, de sus esquemas de interpretación e interioridad, de sueños y deseos”* (Larreche, 2020, p.38). En este sentido, el turismo LGBT puede ser pensado como enlace para la democratización de las experiencias en el destino, es decir, que los imaginarios turísticos en retroalimentación con la emergencia relacionada a lo LGBT se convierten en disparadores de otras motivaciones y en la construcción de nuevos espacios. A su vez, establece que *“el turismo puede pensarse como un campo fértil para que el reconocimiento de la diversidad vaya penetrando en otros lugares...”* (Larreche, 2020, p. 39). De la misma manera, Moreira (2021) plantea que el turismo que realiza la población LGBT se le puede brindar otros tipos de significados. Uno de ellos es el uso del viaje como forma de quebrantar los límites impuestos por el “armario”, el cual es un elemento simbólico que limita a las personas LGBTI+ y no les permite expresarse socialmente tal y como son.

METODOLOGÍA

Para poder llevar a cabo esta investigación se realizaron entrevistas dirigidas a personas que forman parte del movimiento LGBTI+ que se autodenominan gays o lésbicas. En

⁶⁶ Moner, Royo y Ruiz en su análisis en el trabajo “El mercado turístico homosexual: un estudio para Cataluña” (2006) se basaron en encuestas realizadas a personas catalanas homosexuales (hombres y mujeres). El resultado de las encuestas determinó que el perfil del homosexual catalán es un hombre entre los 25 a 35 años con estudios universitarios y de clase media.

total se realizaron diez entrevistas, donde se consideraron dos variables principales, género y edad, aunque una tercera variable, la clase social, se encuentra implícita, al seleccionar personas que realizan prácticas turísticas con frecuencia. A su vez, la delimitación de edad se dio a través de la categoría juventud, y en particular se recortó la misma al rango etario de 21 a 35 años, debido a que se considera que dentro de ese rango las personas, en su mayoría, poseen un mayor grado de independencia, no solamente desde lo económico, sino también desde lo social. Como señalan Attademo (2013) y Margulis y Ariovich (1996), las vivencias de las juventudes no sólo están atravesadas por la categoría etaria, sino también por el estrato social de pertenencia. Es por ello que se señala que la clase social es una variable implícita, ya que no todas las personas jóvenes tienen posibilidades de organizar y realizar viajes con cierta regularidad.

En total se realizaron diez preguntas dentro de la entrevista. La esquematización se basó en tres ejes: preferencias y planificación de viajes, turismo y orientación sexual y turismo y movimiento LGBTI+. Pero, como ya se explicó previamente, en este trabajo nos centraremos en el primer eje preferencias y planificación de viajes, donde se buscó explorar en los discursos y las prácticas turísticas a partir del análisis del armado de sus viajes y sus preferencias a la hora de hacerlo.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A la hora de analizar y realizar una comparación entre las preferencias y planificación de viajes de las personas entrevistadas y lo desarrollado en el marco teórico, se pudieron observar ciertas discrepancias.

Con respecto a la construcción del perfil del turista LGBTI+, se puede observar una generalización y una simplificación de sus características por parte de diferentes autores. En varios estudios (Prat, 2015; Moner, Royo y Ruiz, 2007; Ballesteros, 2017) se describe al turista LGBT como un individuo con un nivel económico medio - alto, con estudios universitarios, sin hijos, perfil que le permitiría de esta manera poder viajar en cualquier época del año y posee un gasto mayor a la media. El análisis que realizan estos autores no toman en cuenta algunas cuestiones que pueden modificar esta construcción sobre el perfil del turista, la edad es una de las dimensiones que se deben tener en cuenta, ya que los gustos, la forma de experimentar un viaje, el tiempo que disponen, no es el mismo para todas las personas, como se vio reflejado en las entrevistas, las cuales se basaron en jóvenes de 21 a 35 años, mientras que la población seleccionada para estos autores era de 30 a 45 años. A pesar de que existe una coincidencia de cinco años entre ambos análisis, otro motivo que modifica estas construcciones es que las realidades que pueden vivir estas personas son muy variadas, no solo desde lo económico, sino también desde lo social, estos autores son principalmente españoles, que analizan y construyen este perfil en base a una realidad muy diferente a la que puede llegar a vivir una persona gay o lesbiana argentina.

En cuanto a las preferencias que los jóvenes entrevistados poseen a la hora de viajar, no se pudo identificar una particularidad dentro de las personas que fueron entrevistadas. Con respecto a los destinos algunas buscaban que sean poco concurridos, que se destaquen en lo social y cultural e incluso algunas no contaban con preferencias específicas para elegir un lugar. También se pudo observar que cuando viajan la mayoría de las personas entrevistadas lo hacían acompañadas y tenían como plan a futuro poder realizar un viaje por su cuenta, otras preferían viajar solas ya que se sentían más cómodas al hacerlo, e incluso uno de los entrevistados expresó que él relaciona a los viajes con las personas, por lo tanto, él planifica su viaje y luego decide si lo quiere hacer en compañía de alguien o solo. Para elegir un destino, no solo las recomendaciones por parte de

familiares, amistades, parejas, redes sociales, blogs de viajeros son utilizadas para poder tener referencias de los lugares, sino también utilizan recomendaciones de influencers o blogs de viajeros LGBTI+.

Cuando en la teoría se habló de las preferencias que poseen los turistas LGBTI+, los autores establecieron una serie de necesidades que un destino debe tener para ser elegida por los turistas LGBTI+, como es la búsqueda de seguridad en relación al movimiento, es decir, destinos donde lo LGBTI+ se reconocido, la búsqueda de productos y servicios *gay-friendly*⁶⁷ y de espacios donde se puedan concretar encuentros sexuales esporádicos, posicionando este último como primera necesidad (Moner, Royo y Ruiz, 2007). Lo expuesto en relación a las preferencias de los jóvenes entrevistados, no sigue lo mencionado por los autores en base a las necesidades y las prioridades que posee el turista LGBTI+. La necesidad de seguridad es un factor prioritario que tienen en cuenta, que se cubre a partir de la búsqueda de información con respecto al movimiento LGBTI+ en el destino al que se dirigen, hasta la modificación de conductas en el mismo para evitar situaciones de discriminación. Esto deja en evidencia que la necesidad de encuentros sexuales esporádicos que Moner, Royo y Ruiz (2007) posicionan como primera necesidad, no es tenida en cuenta por las personas entrevistadas.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Abellan, N. (2020). Colectivo LGTBIQ y turismo: entre el capital y la vida. Alba sud. Investigación y comunicación para el desarrollo. Recuperado de: <http://www.albasud.org/noticia/es/1229/colectivo-lgtbiq-y-turismo-entre-el-capital-y-la-vida>
- Attademo, S. (2013). Poder y desigualdad. Una visión antropológica. Temas y problemas en Antropología Social, 41. Recuperado de: http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/ar/ar-044/index/assoc/D13499.dir/pdf_387.pdf#page=42
- Braticevic, Katia Bárbara (2011). ¿El mercado amistoso? Entre el reconocimiento social de la diversidad sexual y la inclusión en el consumo mediante la estrategia "gay friendly". VI Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/000-093/47.pdf>
- Larreche, J. I. (2020). Complejizar los estudios en turismo: el turismo LGBT como modalidad turística en Argentina. Aportes y Transferencias, 18(2), 27-42. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/3421/1/AT-2020-18-2-larreche.pdf>
- Moner Korflür, C., Royo Vela, M. & Ruiz Molina, M. E. (2006). El mercado turístico homosexual: un estudio para Cataluña. Estudios turísticos, (167), 103-129. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2223038>
- Paradela, A. B. O., González, M. E. A., & Vila, T. D. (2014). Turismo Lgtb. Una aproximación al caso de Galicia. Revista Galega de Economía, 23(1), 79-98. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/391/39133717004.pdf>
- Prat Forga, J. M. (2015). Les motivacions dels turistes LGBT en l'elecció de la ciutat de Barcelona. Documents d'anàlisi geogràfica, 61(3), 601-621. Recuperado de: <https://raco.cat/index.php/DocumentsAnalisi/article/view/298610/387863>
- Ródenas, P. 2020. El turismo LGTB como una nueva forma de desarrollo turístico. In: Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitino-Torralla, L. y Blázquez-

⁶⁷ Este término hace referencia a lugares, políticas, personas o instituciones que buscan proporcionar un ambiente amigable hacia el movimiento LGBTI+ y a productos, ya que se identificó en las personas LGBTI+ un interesante nicho de consumo (Ramirez Alvarado y Cobo Durán, 2013).

Salom, M. (eds.). Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 31: 495-505. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears). Recuperado de:

http://ibdigital.uib.es/greenstone/sites/localsite/collect/monografiesHistoriaNatural/index/assoc/Monograf/iesSHNB_/2020vol0/31p495.dir/MonografiesSHNB_2020vol031p495.pdf

Moreira, M. G (2020) Invisibilización de la población LGBT brasileña por la segmentación turística. AlbaSud. Recuperado de:

<https://www.albasud.org/noticia/es/1254/invisibilizaci-n-de-la-poblaci-n-lgbt-brasile-a-por-la-segmentaci-n-tur-stica>

Margulis, M., & Ariovich, L. (1996). La juventud es más que una palabra: ensayos sobre cultura y juventud. Editorial Biblos.

Mesa de Trabajo N°13: Miradas antropológicas sobre los procesos de turistización en clave latinoamericana: tensiones, alteridades y territorios

EL TURISMO PROMOCIONADO EN NEUQUÉN Y LA PRESENCIA/AUSENCIA DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS

Ottonello Julieta.

Instituto de Investigaciones en Turismo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

A continuación, presenté una primera versión de un plan de trabajo como colaboradora del Proyecto PPID 0E16 de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de La Plata, denominado “El Turismo como fenómeno social”. Como estudiante de grado, esta es mi primera experiencia de investigación, y me moviliza la inquietud y sensibilidad hacia el tema elegido. Este plan de trabajo, que es aún exploratorio y que comienza a ser desarrollado en mayo del 2023, se inicia a partir de las siguientes ideas e interrogantes.

Cuando hablamos de nuestras raíces, inmediatamente pensamos en nuestros descendientes que inmigraron hacia Argentina como italianos, españoles, portugueses, entre otros. Sin desmerecer esta parte de la historia, como latinoamericanos sabemos que antes de la llegada de los españoles, en estas tierras vivían, denominado en forma general, los pueblos originarios o indígenas donde habitaban miles de familias, personas con historias y recuerdos, con culturas y tradiciones, lenguajes y donde simplemente esta tierra era su hogar.

La historia, nos ha enseñado, que uno descubrió al otro, los españoles descubrieron estas tierras, y descubrieron allí habitantes originarios, donde los conquistadores tenían que desaparecer cada rastro de ellos para poder habitar las tierras y crear una generación civilizada. Pero, ¿realmente nos descubrieron? En la actualidad, como sociedad, se pudo replantear este corte histórico y aceptar que la conquista fue un intento de para exterminar los pueblos originarios, tratando de dar fin a sus culturas y tradiciones. Así lo plantea la historia. Pero, aunque se hable de un exterminio, y si bien fueron y siguen siendo invisibilizados, y a pesar de que si se perdieron lenguas y ciertas tradiciones, sabemos que no desaparecieron, que los nativos siguen estando en territorio, en mayor o menor medida, sus costumbres y tradiciones siguen vivas, tanto como sus lenguas, sus canciones, sus formas de vivir y de pensar. A partir de esto, ¿Cuál es la valorización, que, como sociedad, se tiene de los mismos?

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Valverde (2015) hace referencia a que lo Mapuche en la región Neuquina, es una marca o una impronta vinculada a ciertos atributos turísticos regionales y locales, a la riqueza de la naturaleza y sus paisajes, y al “exotismo” de algunos sitios geográficos, reproduciendo un proceso de “folclorización” de la cultura Mapuche. La identidad mapuche, en definitiva, esta siendo usada y hecha para el “extranjero” y lo urbano, apropiándose de sus símbolos y tradiciones culturales, para el consumo a la medida del turista.

A su vez, hace referencia a que la cultura mapuche es un método de marketing, que se “visibiliza” para lograr un “patrimonio” turístico del lugar. Incorporándose paulatinamente al paisaje e imaginario de los turistas, teniendo ellos que “encontrar” y “descubrir” el valor de los mapuches en el destino. Y así, lo mapuche sería utilizado únicamente como un “recurso potencial” dejando de lado el hecho de que son una comunidad con familias, trabajos, necesidades, etc.

Prats (1997) a su vez señala, que las activaciones patrimoniales en la actualidad, nacen a partir del ocio y el turismo, donde el patrimonio se evalúa como “recurso” y se evalúa como “factor de desarrollo”, siendo así un “uso” para la demanda turística. Estos procesos son realizados por un grupo que se dan el lugar de poder elegir cuales son los “valores simbólicos del patrimonio”.

Rodríguez (2014) hace referencia sobre aportes de Tajfel (1982), en el cual menciona que la identidad esta dada por una dimensión social y personal. Siendo la primera la identidad en cuanto al reconocimiento de un grupo o construcción social.

METODOLOGÍA

En este trabajo se está trabajando con fuentes documentales desde una perspectiva cualitativa. Específicamente se trabaja con documentación accesible digitalmente en portales web de promoción turística del gobierno de la Provincia de Neuquén y gobiernos locales de la misma provincia, así como sitios web de promoción de servicios turísticos de la provincia.

La primera actividad planteada en este plan de investigación exploratorio es la búsqueda bibliográfica sobre el tema seleccionado, que luego será analizada. Luego se realizará un rastreo de actividades las turísticas promocionadas en la zona a través de medios digitales y se planteará el análisis de dicha documentación. Por último, se confeccionará un informe final.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES: PORTALES Y SITIOS WEB

En la región neuquina, viene creciendo en importancia como centro turístico y de servicios, gracias a su atractivo e indiscutible paisaje (bosques, montañas, cuencas lacustres, paisajes boscosos, ríos, arroyos, etc.) y a la vez la infraestructura con la que cuenta. Y esto en materia de territorio y reconocimiento, ha tenido repercusiones importantes en cuanto al pueblo mapuche.

En este caso, cabe preguntarse que rol y lugar les da cada localidad a los mapuches; y si en su oferta y actividades y atractivos turísticos entran en juego estos actores. (S Valverde, MG Maragliano, MH Impemba. 2015). A través de un análisis propio sobre distintos portales y sitios Web de la provincia de Neuquén, se puede evidenciar lo siguiente: el sitio web oficial de la Provincia de Neuquén¹, al promocionar “turismo mapuche”, mediante un apartado, pero solo en referencia a las artesanías de los mismos, dejando fuera todo lo demás: quienes son, donde habitan actualmente, que hacen, se los puede visitar, etc. Siendo así que el único turismo relacionado a los mapuches son las artesanías. Mientras que al comienzo del sitio hace referencia a que “Neuquén” provienen del mapudungun *Newenken*, idioma mapuche, que significa "correntoso". Fuera de eso, no se hace ninguna referencia importante sobre este pueblo nativo. Otro de ellos es el sitio oficial de la municipalidad de aluminé², “(...) donde los paisajes se combinan con los saberes ancestrales de tres familias integrantes de la comunidad mapuche”. En cuanto al sitio del Gobierno de Junin de los Andes³, son mencionados en un pequeño apartado de

la historia de la misma localidad: "(...) en pleno invierno el paisaje se transforma creando una postal patagónica inolvidable, tiñendo el paisaje de blanco. Lugar ancestral de la cultura mapuche que aun conserva su artesanía y tradición". Se podría decir que han utilizado la palabra mapuche para crear un escenario únicamente para los turistas, y un imaginario llevado a lo lejano e inusual, para que luego desaparezcan en el siguiente párrafo.

Continuando con el análisis, en la localidad de San Martín de los Andes la imagen de lo "Mapuche" que se ofrece al turismo formaría parte de una naturaleza que se desea presentar como "prístina y armónica", ya que estas localidades son conocidas como "la suiza Argentina", mientras que lo indígena acompaña al relato de "aldea de montaña". Sosteniendo así un relato de visibilización solo para los turistas. Muchos de estos destinos y locales, utilizan el idioma Mapuche como parte del marketing turístico, eligiendo nombres de significación mapuche para los comercios y la hotelería que representarían ese toque "exótico" necesario, sin reparar en su significado ni mucho menos en su procedencia. Se entiende, que la actividad turística está haciendo simplemente un uso "vacío" PRATS en lo que respecta a los mapuches, y no poniendo en valor el patrimonio y el significado, ni reactivando las memorias de lo que paso, ni pensar en lo que fue y en lo que es. (S Valverde, MG Maragliano, MH Impemba. 2015).

BIBLIOGRAFÍA

- García, A., & Valverde, S. (2007). Políticas estatales y procesos de etnogénesis en el caso de poblaciones mapuche de Villa La Angostura, provincia de Neuquén, Argentina. *Cuadernos de antropología social*, (25), 111-132.
- Delrio, W., Lenton, D., Musante, M., Nagy, M., Papazian, A., & Pérez, P. (2010). Del silencio al ruido en la Historia. Prácticas genocidas y Pueblos Originarios en Argentina. *III Seminario Internacional Políticas de la Memoria*, 28-30.
- Prats, L (1997). Antropología y Patrimonio.
- Rodríguez, M. D. (2014). Territorio, identidad y etnicidad: el caso de la comunidad mapuche Puel mediatizada por el turismo.
- Trentini, F., Valverde, S., Radovich, J. C., Berón, M. A., & Balazote, A. (2010). " Los nostálgicos del desierto": la cuestión mapuche en Argentina y el estigma en los medios. *Cultura y representaciones sociales*, 4(8), 186-212.
- Valverde, S., Maragliano, M. G., & Impemba, M. H. (2015). Expansionismo turístico, poblaciones indígenas Mapuche y territorios en conflicto en Neuquén, Argentina.

REFERENCIAS

¹ provincia de Neuquén. <https://www.argentina.gob.ar/provincia-del-neuquen>

² aluminé <http://alumine.gob.ar/turismo-en-alumine/>

³ gobierno Junin de los Andes <https://www.junindelosandesturismo.com/un-poco-de-historia>

Mesa de Trabajo N°13: Miradas antropológicas sobre los procesos de turistización en clave latinoamericana: tensiones, alteridades y territorios

LAS NUEVAS FORMAS DEL TURISMO URBANO EN BUENOS AIRES: UNA APROXIMACIÓN A LA GASTRONOMÍA GOURMET EN BARRIOS POPULARES

González Bracco Mercedes.

CONICET, Universidad Nacional de San Martín

INTRODUCCIÓN

A comienzos de este año el diario Clarín publicó una nota denominada “Revolución gourmet en las villas” (Clarín, 10/02/23). La misma, desarrollada en formato de historias de Instagram, consta de pequeños videos y entrevistas cortas a dueños o referentes de espacios gastronómicos en el barrio Mugica (ex Villa 31) y en el barrio Rodrigo Bueno, que cuentan sobre diversos aspectos de la propuesta: dónde se emplaza, cómo se accede, qué tipo de comida hacen, cuál es su vínculo personal con la gastronomía ofrecida... en suma, cuál es la especificidad de este nuevo atractivo en la ciudad.

Ahora bien, ¿qué significa esta “revolución gourmet?” El título de la nota parece implicar que se trata de una oferta de calidad y apropiada para paladares exigentes. De este modo, algo que podría parecer un oxímoron se transforma, sin embargo, en un fenómeno cada vez más palpable y que se engarza con procesos más amplios de renovación urbana y resemantización de estos barrios por parte de diversas agencias del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (GCBA).

El objetivo del presente trabajo es indagar sobre los sentidos otorgados a este tipo de emprendimientos como parte de una investigación más amplia que discute los procesos de mercantilización y desestigmatización de barrios populares a partir de proyectos de turismo comunitario⁶⁸. En este sentido, algunas de las preguntas que nos hacemos son: ¿qué se entiende por proyectos gastronómicos “gourmet” en los Barrio Mugica y Rodrigo Bueno? ¿Quiénes los llevan adelante? ¿De qué manera se promocionan? ¿En qué medida estos emprendimientos colaboran con la desestigmatización de estos barrios y/o con su mercantilización? ¿Cómo engarzan con los procesos más amplios de cambios urbanos vividos en ambos barrios?

MARCO TEÓRICO

Desde hace varias décadas diversos autores vienen trabajando acerca del “giro económico” del patrimonio cultural urbano (Amendola, 2000; Lacarrieu, 2007; Rosler, 2017; Yúdice, 2002; Zukin, 1991) en un contexto de “inflación patrimonial” cada vez más expandido (Choay, 2007). El patrimonio gastronómico, por supuesto, no escapa a estas tendencias y se conforma como un importante capital cultural que permite

⁶⁸ Proyecto: “Turismo comunitario urbano en el Área Metropolitana de Buenos Aires: entre la mercantilización y la desestigmatización” (PICT-2021-GRFTI-00293).

singularizar y destacar países, ciudades y barrios en la “guerra de lugares” (Arantes, 1997) propia del mercado turístico.

Como desarrollamos en un escrito previo (González Bracco & Hernández, 2021), la patrimonialización no se explica por cualidades inherentes a los bienes o prácticas en cuestión, sino que este valor es administrado al objeto. En tal sentido, importa analizar de qué manera se dan estos procesos de atribución que asignan valores de autenticidad y cómo dialogan con la fase actual de la mercantilización urbana. La difusión exitosa de (cierto tipo de) gastronomía en los barrios populares engarza con estos procesos más amplios de patrimonialización y se transforma así en un prisma que nos permite observar procesos más amplios de cambios y permanencias en la percepción de estos lugares, las acciones gubernamentales y la agencia de sus habitantes como ribetes de “una contradicción que atraviesa el modo de producir valor de las ciudades contemporáneas, que es la que contrapone la necesidad del capital de avanzar sobre zonas devaluadas o no mercantilizadas (...) y la de multiplicar espacios de unicidad, de autenticidad, de originalidad, que puedan ser apreciados y consumidos diferencialmente” (idem, p.46-47).

En este marco, la “revolución gourmet” en los barrios populares respondería a un diseño de producto propio de esta expansión, donde el “descubrimiento” de estos lugares permite incorporarlos -y someterlos- a la lógica del capital bajo la pátina del reconocimiento cultural y la inclusión social. No obstante, es necesario analizar también a los actores locales, sus intereses y agencias a la hora de negociar su cultura y etnicidad frente a las expectativas de las agencias gubernamentales y de los visitantes (Comaroff & Comaroff, 2011; Yúdice, 2002).

METODOLOGÍA

El abordaje metodológico se asienta en una perspectiva etnográfica que incluye la observación participante (asistiendo tanto a los restaurantes y puestos como a los tours gastronómicos) y entrevistas a dueños/referentes de los espacios gastronómicos, visitantes y funcionarios de gobierno involucrados en la difusión de estos espacios). Este análisis se complementa con el estudio de material de prensa y redes sociales, a fin de observar repercusiones más amplias.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Si bien el desarrollo de proyectos de turismo comunitario urbano en los barrios estudiados se ha desarrollado de manera dispar, el atractivo gastronómico es algo que se destaca en ambas propuestas. Las hipótesis iniciales desarrolladas en González Bracco et al. (en prensa) nos previenen de elaborar conclusiones taxativas sobre la correlación entre el crecimiento de estos nuevos emprendimientos y las amenazas reales de recualificación de los espacios donde se emplazan debido a la multiplicidad de actores intervinientes, los procesos de diversa duración asociados a los imaginarios socioespaciales atribuidos a los barrios populares y las dinámicas propias de los consumos culturales urbanos (González Bracco & Arizaga, 2019).

En este sentido, se observa que los procesos de desarrollados en pos de la desestigmatización de estos barrios se sirven de estrategias de estetización, colorificación y fachadismo como forma de habilitar un nuevo tipo de diálogo entre el adentro y el afuera. Proponemos discutir estas estrategias en términos de la “cultura como recurso”

(Yúdice, 2002) o “usos subversivos de los procesos de recualificación”, donde los habitantes de estos barrios “disputan un lugar en el espacio urbano apelando al arte y la cultura y/o impulsan procesos de recualificación en zonas relegadas a fin de adquirir y reafirmar su derecho a la ciudad” (Thomasz, 2018, p. 202), pero también como parte de una “colonialidad del habitar” (González Bracco & Laborde, 2021), donde el nuevo ordenamiento urbano aparece como una expresión de la colonialidad del poder, que impone las reglas propias de la matriz cultural hegemónica eurocentrada (Quijano, 2000).

BIBLIOGRAFÍA

Amendola, G. (2000). *La ciudad posmoderna. Magia y miedo en las metrópolis contemporáneas* (1º). Madrid: Celeste Ediciones.

Arantes, A. (1997). A guerra dos lugares. Fronteras simbólicas e liminaridades no espaço urbano de Sao Paulo. En C. Fortuna (Ed.), *Cidade, cultura e globalização. Ensaio de Sociologia* (pp. 259–270). Oreiras: Celta.

Choay, F. (2007). *Alegoría del patrimonio*. Barcelona: Gustavo Gili.

Comaroff, J., & Comaroff, J. (2011). *Etnicidad S.A.* Buenos Aires: Katz.

Gómez Schettini, M., & Zunino Singh, D. (2008). La (re)valorización de la zona sur y su patrimonio histórico-cultural como recurso turístico. En H. Herzer (Ed.), *Con el corazón mirando al sur. Transformaciones en el sur de la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Espacio.

González Bracco, M., & Arizaga, C. (2019). Retóricas de lo auténtico: Estética y sensibilidad en los negocios gastronómicos de la Ciudad de Buenos Aires. En E. Licon Valencia & A. Cortés Patiño (Eds.), *Narrativas Culinarias. Miradas etnográficas* (pp. 102–118). Beau Bassin: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla/Editorial Académica Española.

González Bracco, M., & Hernández, S. (2021). ¿Patrimonializar o despatrimonializar? El rol de la cultura urbana en la ciudad neoliberal. Buenos Aires (1990-2020). *Astrolabio*, (27), 27–52.

González Bracco, M., & Laborde, S. (2021). La humanización del espacio público como colonialidad del habitar: Una aproximación desde el caso de la ciudad de Buenos Aires. En C. Egea Jiménez, B. Egea Rodríguez, & D. A. Fabre Platas (Eds.), *Resignificación de los espacios públicos en Latinoamérica. Prácticas de renovación urbana para reflexionar y debatir* (pp. 199–216). Granada: Universidad de Granada.

González Bracco, M., Sánchez Attanasio, T., & Abraham, Y. (en prensa). Turismo urbano ¿comunitario? Experiencias en barrios populares de la ciudad de Buenos Aires. *Antropología Americana*, 8(16).

Lacarrieu, M. (2007). Habitants de la Boca a Buenos Aires. El Conventillo: Habitatge, recurs o paisatge cultural? *Revista d'Etnologia de Catalunya*, (31), 44–58.

Quijano, A. (2000). Colonialidad del poder y clasificación social. *Journal of World-Systems Research*, VI(2), 342–386.

Rosler, M. (2017). *Clase cultural: Arte y gentrificación*. Buenos Aires: Caja Negra.

Thomasz, A. G. (2018). Derecho a la cultura y derecho a la vivienda: Un gran conjunto habitacional entre el deterioro y la estetización. En M. Lacarrieu (Ed.), *Ciudades en*

diálogo entre lo local y lo trasnacional/global (pp. 189–202). Buenos Aires: Imago Mundi.

Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

Zukin, S. (1991). *Landscapes of power: From Detroit to Disney World*. Berkeley: University of California Press.

Mesa de Trabajo N°13: Miradas antropológicas sobre los procesos de turistización en clave latinoamericana: tensiones, alteridades y territorios

DESAFÍOS EN LA INTERACCIÓN ENTRE LA ANTROPOLOGÍA Y EL TURISMO

Gómez Silvina, Gorgone Aluminé, Tolosa Sandra, Lacko Elisa, Perez Winter Cecilia, Benedetti Cecilia, Torres Patricia, Gómez Carolina, Guastavino Marina.

Red de Investigadoras de Antropología del Turismo

INTRODUCCIÓN

La antropología es una disciplina que se ha dedicado a estudiar los procesos de conformación de las identidades y las otredades, poniendo foco en las resignificaciones, las disputas y conflictos que estos procesos conllevan. Estos temas los ha abordado a partir de diversas problemáticas entre las que se encuentra la práctica del turismo.

En ese sentido, una serie de discusiones han suscitado en torno a cómo indagar el turismo como objeto de estudio, produciéndose dos líneas claras: la antropología del turismo o antropología y turismo. La primera se refiere a la conformación de un campo específico dentro de la disciplina antropológica cuyo objeto de estudio es el turismo, mientras que la segunda se propone abordar a la actividad turística desde campos disciplinares ya constituidos como la antropología económica, rural, simbólica, etc.

Más allá de estas diferencias de enfoque, el turismo se ha incorporado en la agenda de estudio de la antropología como problemática, con mayor o menor interés según el país. Así como en Estados Unidos la relación antropología/turismo se encuentra consolidada, en Argentina aún falta lograr su legitimación como objeto relevante de estudio. En este sentido, durante la pandemia por COVID-19, a finales del año 2021 un grupo de investigadoras con diferentes trayectorias y de distintas pertenencias institucionales, nos conformamos como Red de Investigadoras en Antropología y Turismo (RIAnT) con el objetivo de crear y fortalecer un espacio de discusión y acción en torno a estos temas que nos convocan. La red está integrada por antropólogas que trabajamos tanto en investigación como en gestión y territorio, con el interés de visibilizar y valorizar los aportes específicos de nuestra disciplina a los estudios turísticos.

En este marco, nos propusimos emprender un relevamiento, un poco ambicioso, que dé cuenta del estado actual (en cuestión a quiénes y qué están trabajando) de la antropología y el turismo en Argentina. Por lo tanto, a través de esta ponencia nos proponemos compartir algunas reflexiones teórico- metodológicas y un estado del arte -preliminar- acerca de los aportes de la antropología a los estudios del turismo en Argentina durante los últimos años. Realizamos este esfuerzo investigativo desde la reciente conformación de RIAnT.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El trabajo propone una revisión de la literatura existente, en este sentido no refiere a un marco teórico específico.

METODOLOGÍA

A partir de la sistematización de los de estudios previos en este campo, la RIAnt pretende profundizar la vinculación entre la antropología y el turismo, y analizar particularmente cómo se aborda al mismo dentro del campo antropológico de nuestro país, desde el análisis documental de la producción de los últimos quince años. Nos basaremos en la revisión de la literatura existente en los últimos XXX años publicada en revistas científicas que se inscriban en el campo de la antropología. Consideraremos:

-¿Cuáles son los temas que predominan en los abordajes antropológicos sobre el turismo?

-¿Desde qué perspectiva teórica-metodológica son abordados?

-¿Cuáles son los marcos institucionales desde los cuáles se realizan los estudios?

-¿Cuáles son las reflexiones que podemos establecer en relación a las transformaciones en estos estudios a través del tiempo?

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Al advertir que el vínculo entre las ciencias sociales y el turismo no es unívoco, sino que supone debates y posicionamientos epistemológicos, teóricos y metodológicos diversos que entran en juego y se disputan en términos de pertenencias disciplinares, observamos particularmente que en el campo antropológico argentino no existe un área específica dedicada a la antropología del turismo. Sin embargo, el tema aparece recurrentemente en relación a otros temas, desarrollado de manera secundaria, como un problema menor o incluso como un aspecto contextual. Ciertas temáticas han adquirido relevancia en esta línea: la nueva importancia del turismo entre sectores indígenas y campesinos (y otros sectores subalternos), su consideración en programas de organismos internacionales para promover el desarrollo y en el diseño de políticas públicas en diversas escalas, los vínculos entre turismo y patrimonio entre otras. Por otro lado, desde el campo del turismo, la perspectiva antropológica suele quedar relegada, limitando posibles diálogos interdisciplinarios que permitan que ambos campos sean permeables y se enriquezcan entre ellos.

En función de lo anterior, nos preguntamos sobre la misma naturaleza del objeto de investigación del turismo en el campo antropológico. ¿Es un fenómeno, un hecho social, un proceso, una práctica? Entendiéndose que todas las propuestas conceptuales son válidas, pero que implican posicionamientos teóricos-metodológicos y alcances diferentes, consideramos que la antropología plantea una forma propia de aprehender al turismo que, partiendo de desnaturalizar esta categoría de sus visiones hegemónicas - como sector de actividad económica- permite abordar sus múltiples y complejos efectos en las relaciones sociales, las construcciones identitarias y las formaciones simbólicas de los espacios y territorios usualmente definidos como destinos turísticos. En esta misma línea, consideramos que el/los turismo/s se presenta(n) -desde sus variadas naturalezas- como ámbito(s) particulares de reflexión respecto de temas que se han condensado como áreas de investigación netamente antropológicas.

BIBLIOGRAFÍA

Barreto, M. y Otamendi, A. (2015). Antropología y Turismo en “los países del Plata” (Argentina y Uruguay). Pasos 13 (2): 283-294.

- Caravajal, J. (1992). *La cara oculta del viajero. Reflexiones sobre antropología y turismo*. Buenos Aires, Biblos.
- Cóceres, M. C. (2007). *Una lectura antropológica para el turismo cultural. Un análisis desde latinoamérica*. Fundación Proturismo, Ladevi.
- Graburn, N. (1983). *The anthropology of Tourism*. *Annals of Tourism Research* 10: 9-33.
- Nash, D. (1996). *Anthropology of Tourism*. Oxford, Elsevier.
- Otamendi, A. (2009). *Antropología del turismo: perspectivas, abordajes y contactos*. *Temas en antropología cultural*. *Temas de patrimonio cultural* 26: 193-212.
- Pereiro, X. (2020). *Antropología del turismo: ¿Para qué? ¿Y para quién? Crítica de la razón turística*. *Disparidades. Revista de Antropología* 75(1): 1-6.
- Pinto, R. y Pereiro, X. (2010). *Turismo e Antropologia: contribuições para um debate plural*. *Turismo e desenvolvimento* 13/14: 447-454.
- Santana Talavera, A (2009) *Antropología del Turismo. Analogías, encuentros y relaciones*. San Pablo, Editorial Aleph.

MESA DE TRABAJO 14

Turismo y Patrimonio Cultural, alianzas y tensiones

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



CONDET



Mesa de Trabajo N°14: Turismo y Patrimonio Cultural, alianzas y tensiones

LAS VISITAS GUIADAS EN MUSEOS Y CENTROS DE INTERPRETACIÓN ARQUEOLÓGICOS DE SITIO DE MENDOZA: ANÁLISIS DEL RELATO TURÍSTICO (VARIABLE ESCENIFICACIÓN)

Navarro Drazich Diego.

CONICET, Universidad Nacional de San Juan.

De Simón Cecilia.

CONICET, Universidad Nacional de San Juan. Tamiozzo Azucena B. Museo del Área Fundacional

Palabras clave: relato turístico, escenificación, museos, centros de interpretación, Mendoza

RESUMEN

Esta investigación se propone analizar los relatos turísticos de las visitas guiadas de los museos y centros de interpretación arqueológicos de sitio del Gran Mendoza: Museo del Área Fundacional, Ruinas de San Francisco y Casa de San Martín (2019). Las visitas guiadas en museos y centros de interpretación arqueológicos de sitio de Mendoza resultan de la conjunción de diversos elementos analizables: guías, públicos, relato, contexto, bienes exhumados, elementos materiales de protección y exhibición, etc. Este trabajo se focaliza en el estudio de la *escenificación* que constituye la relación entre el relato y los elementos ambientales, generalmente artificiales, que conforman la museografía

Para realizar el presente trabajo se establecieron los siguientes objetivos específicos: 1. Caracterizar la categoría de relato turístico en el marco de la teoría de recursos y atractivos turísticos e identificar variables analíticas; 2. Analizar la escenificación que conforma la museografía según variables teóricas; y 3. Esbozar sugerencias de orden práctico.

Desde la perspectiva de la teoría de los recursos y atractivos turísticos (Navarro, 2015), el componente discursivo de la visita guiada equivale al *relato turístico*. Constituye uno de los tres instrumentos transformadores de recursos turísticos en atractivos turísticos siendo instalaciones y actividades los otros dos. Se recurre al relato en los casos en que el vínculo sujeto-objeto (turista-recurso) es intelectual, es decir que prima la actitud de interpretación (a diferencia de los vínculos-actitudes sensorial-apreciación y experiencial-participación para los otros dos instrumentos referidos).

En la revisión de la literatura turística se registran tres usos de la palabra *relato*. Por una parte, el *relato histórico* como narraciones del pasado a las que se les da una finalidad turística (Morère Molinero, 2006). Por otra parte, el *relato de viaje* como una crónica en primera persona de un viaje, histórico o actual (Albuquerque, 2015; Antelmi y Santulli, 2012; Baltar Moreno y Valencia, 2016 y Mosti y Sallies, 2017). Finalmente, y más cercano a la cuestión de la visita turística, el *relato turístico* en tanto discurso (modificable, a diferencia del anterior) con contenidos descriptivos acerca de un recurso

turístico y su contexto (Mafé García, 2018; Rodríguez y Aponte, 2008; Méndez Sainz, 2014). Dos productos intelectuales se valoran particularmente dado que proponen variables de utilidad para el análisis de otros relatos turísticos: Pérez-Martínez y Motis Dolader, 2018 y Capriles Grané, 2018.

Se observó una metodología cualitativa. En un trabajo anterior se diseñó un instrumento analítico basado en variables teóricas (cuadro comparativo) que permitió analizar los seis relatos y realizar lecturas desde las variables. En el mismo se analizaron las siguientes variables: argumento principal, argumento secundario, sesgos disciplinares, tiempo, espacio, sociedad y autenticidad. El presente trabajo se centra en el análisis de variables vinculadas a la producción museográfica: repetición, iluminación, sonidos, imágenes fijas/móviles y elementos tangibles.

En los casos estudiados observamos que, en líneas generales, la relación entre el relato y los objetos expuestos es óptima; sin embargo, se requieren mejoras para brindar una experiencia significativa al visitante. En el Museo del Área Fundacional, es necesario mejorar el plano lumínico y sonoro. En cuanto a las Ruinas de San Francisco, se sugiere incorporar cartelera y recursos sonoros. Finalmente, en la Casa de San Martín, creemos importante incorporar, además de los objetos recuperados en las excavaciones arqueológicas, otro tipo de elementos tangibles.

BIBLIOGRAFÍA

- Albuquerque, Luis (2015) “Relato y novela de viaje en la época del turismo y la globalización” *La nueva literatura hispánica*, 19(15).
- Antelmi, Donella y Santulli, Francesca (2012), “Travellers’ memories: the image of places from literature to blog chatter” *Pasos*, 10(4).
- Baltar Moreno, Adolfo y Valencia, María Clara (2016) “El relato de viajes como narrativa transmedia” *Ícono 14*, 14.
- Capriles Grané, Ana Luisa (2018) “Turismo y patrimonio arquitectónico modernista de Barcelona: la adecuación de las estrategias de valorización patrimonial al relato del turismo cultural” (tesis de maestría), Universitat Potècnica de Catalunya, Barcelona.
- Mafé García, Ana (2018) “El camino del Santo Grial en la comunidad valenciana: tradición oral, aspectos intangibles y turismo cultural”, *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 4(1).
- Méndez Sainz, Eloy (2014) “Metáfora y narrativa. La magia de los pueblos, un relato para el turismo”, *URBS*, 5(2).
- Morère Molinero, Nuria (2006) “Turismo e historia: formación e información en el turismo. Un estado de la cuestión”, *Análisis turístico*, 2.
- Mosti, Patricia Andrea y Sallies, Jorge (2017) “La imagen percibida de Tierra del Fuego (Argentina) en los relatos de viaje publicados en *Travelpod*”, *Turismo y Sociedad*, XX.
- Navarro, Diego (2015) “Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración”, *Cuadernos de Turismo*, 35.

Pérez-Martínez, V.M. y Motis Dolader, M.A. (2018) “Narrativa transmedia y turismo experiencial: relatos sobre el patrimonio y la herencia judía en *Aragón Sefarad*”, *Church, communications and culture*, 3(3).

Rodríguez, Isabel y Aponte, Jorge (2008) “Frontera, turismo y modernidad en el relato de la globalidad. Algunos reflejos en la Amazonía”, en: Carlos Zárate y Consuelo Ahumada (eds.) *Fronteras en la globalización: localidad, biodiversidad*, Bogotá, Colombia: Imani.

Mesa de Trabajo N°14: Turismo y Patrimonio Cultural, alianzas y tensiones

EL PATRIMONIO TERRITORIAL COMO ATRACTIVO TURÍSTICO. CASO: CASCO VIEJO ESTANCIA SAN JORGE

Diez Paula Mabel, Menvielle Mónica Patricia.
Universidad Nacional de la Patagonia Austral

INTRODUCCIÓN

El espacio rural del Golfo San Jorge, posee innumerables bienes patrimoniales, materiales e inmateriales que reflejan el legado y la historia de sus pobladores, sus experiencias de vida, así como la explotación económica del territorio. La presente investigación ha sido motivada por el deterioro del Casco Viejo de la Estancia San Jorge, cercana a la localidad de Caleta Olivia, estas instalaciones y su territorio conforman parte del patrimonio natural y cultural del Noreste de la Provincia de Santa Cruz. El límite Este de la Estancia bordea la Ruta Nacional N° 3, que se encuentra en obras de autovía hace más de 15 años, por esta razón, en ciertos períodos se ha retirado el alambrado perimetral, lo que ha auspiciado que el Casco Viejo haya sido vandalizado (robo de ruedas de carreta, intrusiones, incendio, etc.). La estancia tiene la particularidad de poseer dos cascos. El original que data de la década del 30, cuando el mismo propietario Magnus Fratzscher lo levantara, se encuentra junto a la ruta Nacional N° 3, en un pequeño cañadón que desemboca en la costa y donde, a pesar de la cercanía al mar, se cuenta con agua subterránea para consumo humano. El casco nuevo, obra de la década del 60, se encuentra a unos 9 km penetrando hacia al oeste en un lugar que les permite un control más equidistante de toda la propiedad por un camino en muy buenas condiciones. (Ibarroule et al, 2011).

Se han propuesto como objetivos para esta investigación diagnosticar el estado y el potencial turístico de los bienes patrimoniales de este predio de la estancia, como insumo inicial para futuras intervenciones en este predio rural.

MARCO TEÓRICO

La idea de patrimonio ha ido evolucionando a lo largo de los siglos. Del mismo modo, la noción de bien cultural se ha ido ampliando progresivamente para incluir no sólo monumentos históricos y obras de arte, sino también elementos folklóricos, bibliográficos, documentales, materiales, etc., cuya significación no tiene por qué ser sólo histórica o estética, también las recientes manifestaciones de la actividad humana en general son valoradas. (Llull, 2005). Criado- Boado y Barreiro definen el patrimonio cultural como: “el conjunto de productos de la actividad humana y sus restos, intencionales y no intencionales, tangibles (o materiales) e intangibles (o imaginarios), que representan los procesos históricos y sociales, que obtienen su sentido de éstos y que, al tiempo, son resignificados por ellos al introducir sentidos nuevos y/o ser renegociados” (2013, p. 6). Es decir que, entienden al patrimonio como un hecho social mediante el cual ciertos procesos que ocurren en sociedades distintas y en otros momentos, también sus productos (intencionados o no) son apreciados socialmente. Así se consideran como algo digno de ser estudiado, conservado, inventariado, catalogado y puesto en valor. Esta

definición incorpora lo que erróneamente se denomina 'patrimonio natural' en tanto, el medioambiente es, siempre, un producto influido por la acción social, y por otro, porque el medio natural alcanza la categorización de 'patrimonio' a partir de una denominación y significado sociocultural. En esta misma postura, Rubio Díaz propone que: "el patrimonio cultural es siempre un producto y una consecuencia de lo social que tendrá características o contenidos materiales e inmateriales, o ambos a la vez" (1999, p. 110). En síntesis, si bien el concepto de patrimonio cultural admite muchas definiciones es un modo genérico de nombrar al patrimonio. Entonces, el concepto de patrimonio territorial puede ser el adecuado sustituto de patrimonio natural, ya que, el espacio de los hombres es el territorio.

Cortijo Gil (2013) propone un concepto de Patrimonio Rural como el conjunto de elementos materiales e inmateriales que testimonian las relaciones particulares que una comunidad humana ha establecido en el curso de la historia con un territorio. El concepto de patrimonio Rural, como parte del Patrimonio Cultural, no es homogéneo, incluye: los edificios, lo que se conoce como arquitectura rural, los productos de la tierra, las técnicas, herramientas y conocimientos que han posibilitado su creación y también los símbolos y los significados culturales, y, por supuesto, el paisaje modelado en el transcurso del tiempo. Por un lado, tiene un componente material a través de la acción del hombre sobre el medio; y por otro lado, tiene un componente inmaterial a través de las técnicas y conocimientos que han permitido su modelación a lo largo del tiempo. Entonces, se postula al patrimonio rural como parte de Patrimonio Cultural y Territorial.

Los recursos patrimoniales son escasos y no renovables. Debemos establecer prioridades para conservar los elementos más importantes y representativos. Para ello Ballart (1997) nos dice que el proceso de selección y puesta en valor se hace a partir de los valores de referencia que incluyen: el valor de uso tangible e intangible, el valor formal o estético y el valor simbólico o asociativo. Tal como lo indica nuestra Constitución Nacional, existe un derecho de todos los habitantes al patrimonio cultural y un deber de preservarlo. Por lo tanto, si entendemos el Patrimonio como 'riqueza colectiva' y el objetivo de su regulación es la protección, acrecentamiento y transmisión de la misma a las generaciones futuras, es necesario implicar a la sociedad civil en la tarea de salvaguardia. Muchas veces se delega en los poderes públicos y en las instituciones la entera responsabilidad de conservar, restaurar, difundir y gestionar los bienes culturales, sin tener en cuenta que es una responsabilidad de todos (Lull, 2005).

El patrimonio cultural se relaciona al turismo principalmente en su posibilidad de conformar atractivos turísticos, los elementos que generan el movimiento de los turistas. El Turismo Rural es una modalidad de turismo alternativo que abarca cualquier actividad turística recreativa que se desarrolla en un ámbito rural, en el territorio que contiene las actividades rurales. Es una opción al uso degradante de los recursos naturales; la tranquilidad del campo y los paisajes atraen visitantes de los centros urbanos y permiten la puesta en valor de importantes recursos paisajísticos, faunísticos, culturales y ecológicos (Schlüter y Winter, 1993). Por su lado, Toselli (2003) define al turismo rural como una forma de turismo cultural y considera que es aquel en el cual el turista 'consume' cultura, la misma se relaciona con el acercamiento y percepción de actitudes creencias y valores, así como pautas de comportamiento, modos y estilos de vida, y productos de los modos de vida: construcciones, artefactos, arte tradiciones y paisajes.

METODOLOGÍA

El enfoque es cualitativo enfocado en un estudio de caso, con sus singularidades y actores específicos. Se ha seleccionado un recorte dentro del predio rural de la Estancia San Jorge, el sector donde se emplaza el 'Casco Viejo' de la misma, que ha dejado de ser habitado desde 1960. El trabajo realizado se basó en un primer momento de análisis documental y bibliográfico, luego las dos salidas de campo en el territorio en cuestión durante 2022, y además, se efectuaron entrevistas desestructuradas con algunos miembros de la familia dueña del predio. A posteriori, se realizaron intercambios con profesionales de otras áreas disciplinares (historia, comunicación, arqueología) y profundización de aportes documentales y bibliográficos. Como complemento se trabajó con el registro fotográfico y notas de campo.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La presente investigación permite poner en tensión el análisis conceptual del patrimonio con un caso específico, y demanda utilizar la definición en sentido más amplio, la del patrimonio territorial. Este territorio rural específico presenta valores patrimoniales destacables. En primer lugar, el paisaje, caracterizado por mesetas y la costa del Mar Argentino. Contiene además huellas de poblamiento, no muy destacadas a simple vista (arboleda, cementerio familiar, galpones y casco antiguo), y si, de muy alto impacto, el trazado de la Ruta Nacional N° 3⁶⁹. Posee además varias representaciones históricas, se destacan: el modelo socioeconómico de explotación ovina y el movimiento migratorio europeo a Argentina a principios del S. XX.

En referencia el modelo socioeconómico de explotación ovina, se puede destacar que desde sus orígenes ha tenido grandes fluctuaciones. En Patagonia, surge hacia fines de S. XIX. Con la crisis económica internacional de 1929, la actividad entra en recesión, achicándose el mercado para la venta de los productos de exportación (lana y carne). La siguiente crisis (1990) llegó a reducir la producción en un 40%, las causas de la misma responden a crisis internacionales, políticas cambiarias y situaciones coyunturales que afectaron al sector (sequías, actividad volcánica, entre otras). A partir de 2002 y hasta 2013 el sector comienza una gradual etapa de crecimiento, no llegando a superar la caída de la última crisis. (Fasioli, 2021). El autor sostiene que la ganadería ovina en esta región es en la actualidad la principal actividad agropecuaria en términos económicos y de extensión territorial. Con todos estos altibajos la Estancia continúa con su actividad productiva, no siendo ajena al contexto económico nacional en el que se inserta.

Las posibilidades de conservación del patrimonio territorial, la difusión de sus valores mediante la realización de prácticas recreativas y turísticas sustentables son una opción viable para este territorio. Posee bienes materiales e inmateriales susceptibles de posicionarse como atractivos turísticos, siendo la accesibilidad su principal ventaja, ubicándose a metros de la Ruta Nacional N° 3. En cuanto a la singularidad y estado de conservación del Casco Viejo, las mismas se valoran como de atractividad media, pudiendo con ciertas intervenciones en restauración y puesta en valor del patrimonio arquitectónico aumentar su atractividad.

Los bienes destacables, con mayor potencial de uso turístico son:

⁶⁹ Se destaca esta cuestión porque las obras han impactado en el casco antiguo al derribar el alambrado y provocar intrusiones en el sitio, que han posibilitado su desmantelamiento, vandalización y hasta incendios en algunos sectores.

- Vivienda original (casco viejo), de la década del '30, con vista al mar. Construida con paredes y techos de zinc, muros interiormente forrados en madera o papel, en conjunto con algunas paredes de adobe crudo también. Un pozo de 4 m de profundidad del que se extraía agua por una bomba manual, abastecía al lugar.
- Cementerio familiar: el lugar cuenta con un cementerio familiar cercado y forestado abundantemente con coníferas, álamos y tamariscos. La llegada de los primeros colonos y la instalación de la actividad ganadera con sus trabajadores y administradores, determinó la necesidad de crear espacios para la inhumación de aquellos que morían en diversas circunstancias y en distintos lugares del territorio. Así, se erigen cementerios cercanos a los cascos de las principales estancias, en propiedades familiares. En estos 'cementerios familiares', se encuentran sepultados varios parientes (y algunas veces amigos) pertenecientes a determinadas familias. (Osorio, 2007)
- Historias de la Estancia: Hay varias representaciones del patrimonio inmaterial con un enclave específico en este territorio, se mencionan dos de las más destacadas:

Pancho, el perro con tumba: Los perros protectores de ganado colaboran con los productores para proteger a los animales de los depredadores naturales, ya sean pumas, zorros o incluso otros perros. El uso de perros protectores es una herramienta que lleva en su haber más de 5000 años de vigencia, el mismo tiempo en que el hombre tardó en domesticarlos. En este caso un perro perteneciente a la familia está enterrado en inmediaciones del cementerio familiar. Se puede leer su nombre en la lápida.

El banco del alemán: El emplazamiento del Casco Viejo tiene una condición inigualable: la vista al mar. Su primer propietario, don Magnus, llegó a fabricarse un banco de madera en la elevación norte del cañadón desde donde podía observar el oleaje, el horizonte marino y donde, además, había construido un reloj solar. El banco, conocido como el banco del alemán, aún existe, pintado de rojo, como nota singular y despertando la curiosidad de quienes transitan por la ruta. (Ibarroule et al, 2012) Si bien la familia confirma el hecho de que Magnus lo utilizaba para observar el mar (incluso llevar un registro del avistaje de ballenas por la zona), la nacionalidad de su propietario dio lugar a historias referidas a su supuesta relación con embarcaciones alemanas que se acercaban a la costa, convirtiéndose en un mito urbano del que no ha habido ninguna prueba y ha generado malestar en sus descendientes.

Dentro del diagnóstico y a partir de la información obtenida en las entrevistas se puede afirmar la intención por parte de sus propietarios de puesta en valor del Casco Viejo y la convocatoria a participar a otros actores como la Universidad. Resulta necesario identificar otros actores relevantes para ampliar la participación de diversos actores de la zona.

En síntesis, el Casco Viejo posee actualmente un alto potencial para el desarrollo de turismo rural, que puede ampliarse incorporando el atractivo cultural de un centro de interpretación y/o servicio de restauración, junto con servicios complementarios (trekking, cabalgata, esquila, cocina rural) que brinden una experiencia distintiva. Este territorio, invita a rescatar su valor, a considerar su incidencia en la conformación de la identidad regional y sus potencialidades para el desarrollo turístico local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ballart, J. (1997). *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*. Barcelona: Ariel.

- Cortijo, J. (2013). *Paisaje y Patrimonio rural: Las “mieses” en Valdáliga, Herrerías y Rionansa*. Universidad de Cantabria. Recuperado de <https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/3892>
- Criado-Boado, F y Barreiro, D. (2013) El Patrimonio era otra cosa. *Estudios Atacameños Arqueología y Antropología Surandinas*. N° 45 / 2013, pp. 5 - 18
- Fasioli, E. (2022). *Territorios de la ganadería en la provincia de Santa Cruz, Argentina (1990-2010). Escenarios alternativos y propuestas de desarrollo* (Tesis Doctoral, Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación).
- Ibarroule, A., Sampaoli, P. y Tagliorette, A. (2011). *Estancias del NE de la Provincia de Santa Cruz. Su Historia y su Patrimonio en la primera mitad del siglo XX*. Río Gallegos: Editorial Universidad Nacional de la Patagonia Austral. UNPAEdita
- Llull, J. (2005) Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. *Arte, Individuo y Sociedad*, 17: 175-204
- Osorio, M. (2007) *Sitios Funerarios en la Región de Aysén. Patrimonio Cultural y memoria silenciosa de la vida en Patagonia*.
- Rubio Díaz, A. (1999) El Patrimonio como laberinto y paradoja. *PH 25. Especial Monográfico: Patrimonio y sociedad*. Publicado: 1998-12-01
- Schlüter, R & Winter, G. (1993). *El fenómeno turístico, reflexiones desde una perspectiva integradora*, Ed. Docencia.
- Toselli, Claudia (2003) *Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina*. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

Mesa de Trabajo N°14: Turismo y Patrimonio Cultural, alianzas y tensiones

USHUAIA COMO PUERTA DE ENTRADA A LA ANTÁRTIDA A TRAVÉS DE LA MIRADA DE LOS ACTORES LOCALES

Medina Giselle, Vereda Marisol, Salemme Mónica.

Universidad Nacional de Tierra del Fuego Antártida e Islas del Atlántico Sur

Palabras clave: turismo antártico, relaciones patrimoniales, actores, desarrollo territorial.

INTRODUCCIÓN

Ushuaia, la capital de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, es reconocida internacionalmente como puerta de entrada a la Antártida. Dicho continente es un espacio geográfico aislado y sin poblaciones permanentes (excepto las bases científicas); así, las ciudades portuarias más cercanas resultan imprescindibles como punto de conexión intercontinental para llevar a cabo las actividades que allí se realizan. Por ello, el turismo antártico requiere de estos puertos para realizar distintas operaciones como recambio de pasajeros, abastecimiento, operaciones logísticas, entre otras.

Si bien el puerto es el lugar donde se nuclea la actividad de cruceros y, en este caso en particular, el de los antárticos, se observa que tanto la población local como algunos actores relacionados con la actividad turística, conciben a Ushuaia como puerta de entrada únicamente desde una perspectiva económica; sin embargo, la misma también se vincula con otras dimensiones como la natural, histórica, política, climática, entre otras. Estos aspectos involucran relaciones entre la Antártida y Ushuaia que no logran visualizarse en el destino, pero que forman parte del patrimonio de Ushuaia, contribuyendo con su identificación como puerta de entrada a la Antártida.

Las diversas conexiones patrimoniales existentes entre ambos espacios constituyen una fortaleza para fomentar el conocimiento sobre la Antártida, no sólo para el crucerista antártico y el turista no antártico, sino también para la población residente. Sobre esta base, resulta de interés indagar en los actores implicados en la actividad turística y/o antártica del territorio su mirada sobre la relación entre Ushuaia y la Antártida. Asimismo, desde el punto de vista del desarrollo territorial, se observa que este conocimiento es un instrumento transformador para la diversificación de la oferta turística y la especialización del destino.

Esta investigación parte de los siguientes interrogantes: ¿Cuál es el alcance del conocimiento sobre las relaciones patrimoniales entre Ushuaia y la Antártida por parte de actores públicos y privados de la actividad turística y/o antártica en Ushuaia? ¿Qué factores inciden en la posibilidad de identificar a Ushuaia como destino complementario de la Antártida? Estas relaciones patrimoniales, ¿son suficientemente atractivas para implementarlas en circuitos turísticos o alguna otra forma de oferta turística? A partir de estos interrogantes, se estableció como objetivo conocer las posiciones de los actores de organismos públicos del ámbito provincial y municipal, de organizaciones intermedias y

de agentes privados respecto de las conexiones patrimoniales existentes entre Ushuaia y la Antártida y de su potencial interés en el desarrollo de una oferta especializada.

MARCO TEÓRICO

El turismo es una práctica social que involucra la conformación de una red relacional de actores y que genera transformaciones territoriales de distinto tipo, al tiempo que el territorio transforma la práctica turística. Ésta, es una práctica postmoderna (Cohen, 2005) que va modificando aspectos sociales, propicia la patrimonialización de bienes naturales y culturales, y genera en el territorio cambios en la infraestructura urbana, origina nuevas actividades socioeconómicas, entre otros.

En este contexto, esta práctica, al igual que otras, se encuentra “dirigida por las fuerzas de la globalización que han alumbrado una movilidad sin precedentes de personas, capitales, bienes, información y culturas” (Cohen, 2005, p. 15), involucrando una *disolución de fronteras* -entre clases sociales y también entre diversas prácticas culturales, como, por ejemplo, el turismo. Es así como se dan profundas transformaciones; un proceso de globalización económica, avances tecnológicos y la redistribución de poder entre diferentes países. Ello implica una reorganización de las actividades económicas y, en consecuencia, un cambio en la cosmovisión de la sociedad y la lógica de trabajo y ocio (Bertoncello, 2002).

Como las transformaciones anteriormente mencionadas se dan en diversos territorios, existe una relación entre el mismo y los agentes económicos, quienes actúan de acuerdo con sus propios intereses, y por ello es necesario pensar la naturaleza de esa relación: si es un territorio subordinado o si tiene un papel activo dentro de la actividad económica que se desempeña dentro de sus dominios (Boisier, 1997). Se propone el concepto de desarrollo territorial, entendido como un proceso de dimensión cualitativa basado en un proceso cuantitativo: el crecimiento económico. Estos procesos suelen ser desigualmente enraizados, ya que no siempre el crecimiento económico necesariamente garantiza el desarrollo, pues en un contexto globalizado este crecimiento económico está frecuentemente determinado por agentes exógenos al mismo, teniendo un papel clave la endogeneidad. Entonces, el desarrollo es un proceso social que se lleva a cabo por los actores locales, quienes se relacionarán de forma cooperativa o conflictiva (Salemme y Horlent, 2018) con los agentes exógenos al territorio (Boisier, 1997). Por otro lado, Cammarata (2006) sostiene que el factor cultural integrado a la actividad turística contribuye al desarrollo local a través del fortalecimiento de la identidad cultural del pueblo por medio de la educación.

El autor anteriormente mencionado, también sostiene que es necesario colocar al territorio en una “posición ganadora”, en este sentido, Anholt (2007) desde la perspectiva del marketing, sostiene que el mundo actual es un mercado y, por lo tanto, los territorios deben competir entre sí para captar más inversionistas, estudiantes, profesionales, turistas, etc., a partir de la diferenciación, lo cual conlleva a buscar especificidades propias. Propone el concepto de Identidad Competitiva (IC) que describe la síntesis de la gestión de marcas con la diplomacia pública, el comercio, la inversión, la promoción de las exportaciones y el turismo. Entiende la IC como el nuevo modelo para mejorar la

competitividad en el mundo globalizado. La IC se refiere a que tanto el sector público, como las compañías y pobladores dirijan su comportamiento en una dirección común, que sea positiva y productiva para la reputación del país, que los ayude a ganarse la reputación que necesitan y merecen, coincidiendo también con lo propuesto por Boisier (1997).

En este sentido, se observa que el turismo antártico se encuentra exógenamente determinado en Ushuaia ya que la conformación de la demanda es externa al territorio y las operadoras turísticas están domiciliadas, en su mayoría, en el hemisferio norte. No obstante, éste es un buen ejemplo de cómo es posible endogeneizar las actuaciones a partir de la construcción de estrategias para aprovechar oportunidades.

METODOLOGÍA

En base al objetivo planteado se decidió llevar adelante un enfoque metodológico cualitativo. La técnica de investigación utilizada corresponde a la entrevista no estructurada; se entrevistaron 14 informantes clave con amplia experiencia en la actividad turística antártica: personal de expedición a bordo de buques, agentes del ámbito público provincial y municipal, así como también agentes de viaje que venden el viaje antártico desde Ushuaia. Para ello, se realizó una guía no estructurada, entendida como una lista para recordar las áreas de investigación a cubrir, decidiendo el entrevistador el orden de las preguntas y propiciando un ambiente cordial y desestructurado para enriquecer la información suministrada (Taylor y Bogdan, 1987). Las entrevistas fueron desarrolladas durante el año 2021.

En virtud de las diferentes restricciones relacionadas al COVID-19 al momento de realizarse este trabajo de investigación, se le ofreció a los entrevistados la posibilidad de llevar adelante el encuentro bajo modalidad *on line*, utilizando la plataforma *Google Meet*. Tanto para las entrevistas que se realizaron en modo presencial como virtual, se empleó la grabación de las voces con un celular personal, función que permitió la posterior transcripción de las respuestas en un archivo *Word*. Finalmente, se utilizó el software de análisis cualitativo *Atlas.ti* para la organización, creación de códigos y análisis de la información.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este trabajo se identificaron actores exógenos al territorio, según las categorías que proporciona Boisier (1997), en este caso esta red está conformada por las operadoras turísticas extranjeras, los miembros de expedición de a bordo de los buques (*staff*), la Asociación Internacional de Tour Operadores Antárticos (IAATO), la Asociación de Guías Polares (PTGA) y los turistas. Todos ellos, endógenos y exógenos, conviven con constante tensión y generación de acuerdos (Salemme y Horlent, 2018), para llevar a cabo la actividad. Asimismo, se puede observar que la presencia de *staff* extranjero es significativamente mayor que el número de argentinos a bordo de los buques, cobrando importancia lo mencionado por Bertoncetto (2002) y Cohen (2005) sobre la disolución de fronteras promovida por las fuerzas de la globalización que produjeron una movilidad

sin precedentes de personas, capitales, entre otros, teniendo impacto en los diversos territorios.

Bertoncello (2002) también refiere a la existencia, en el ámbito del turismo, de una esfera económica, además de las esferas de trabajo y ocio, reforzando la presencia de distintos actores, que participan de forma activa en las formas y modalidades de la práctica turística. Siguiendo esta idea, se realizó un análisis a través del programa *Atlas.ti* para determinar la naturaleza de esa relación dentro de la actividad del turismo antártico. De acuerdo con los resultados expuestos, se determinó que existe también una intervención por parte de los actores locales en la actividad, propiciándose entonces el desarrollo territorial tal como lo propone Boisier (1997).

Los resultados demostraron que no hay una identidad antártica visible, o que no es fácilmente palpable. De acuerdo con los entrevistados, si se pudiera generar en la población y en las compañías locales una identidad antártica no sólo se la podría plasmar en el territorio a partir de diversas manifestaciones como museos, arte y otras expresiones patrimoniales, sino también en la matriz productiva brindando servicios específicos y de calidad a las empresas extranjeras que operan desde el puerto local. Esto permitiría una diferenciación respecto de las otras puertas de entrada, coincidiendo con Anholt (2007).

Siguiendo la misma idea, Cammarata (2006) sostiene que el factor cultural integrado a la actividad turística contribuye al desarrollo local a través del fortalecimiento de la identidad cultural del pueblo por medio de la educación. Cobra entonces total sentido lo relatado por los entrevistados cuando sostienen que es necesario trabajar sobre el conocimiento de la población respecto de la Antártida, reconociendo la importancia del sector público en cuanto a política educativa. Aquí se le asigna importancia al rol de la UNTDF como institución formadora y como fortalecedora de lazos con la comunidad local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anholt, S. (2007). *Competitive identity. The new brand management for nations, cities, and regions*. Editorial Palgrave Macmillan, Nueva York.
- Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*. Vol. 6 (2), 29-50.
- Boisier, S. (1997) El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial. *Estudios regionales*. N° 48, 41-79.
- Cammarata, E. (2006). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En: A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo y M. L. Silveira (Coords.), *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 351-366). Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Brasil.
- Cohen, E. (2005) Principales tendencias en el mundo contemporáneo. *Política y sociedad*. Vol. 42 (1), 11-24.

Salemme, M. y Horlent, L. (2018). The patrimonialisation and the heritage value of the archaeological record. Tierra del Fuego as a case study. En: M. Dos Santos, F. Lopes Da Cunha y J. Rabassa (Eds.). *Latin American Heritage* (pp. 53-66). Springer-Verlag.

Taylor, S. J. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Editorial Paidós.

Mesa de Trabajo N°14: Turismo y Patrimonio Cultural, alianzas y tensiones

LA CONSTRUCCIÓN DE LA ALTERIDAD LATINOAMERICANA EN LOS IMAGINARIOS Y DISCURSOS TURÍSTICOS: UN ABORDAJE DECOLONIAL

Moscoso Florencia, Del Valle Verónica.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

El espacio latinoamericano ha sido valorizado ampliamente por la práctica turística. Esta valoración ha estado revestida de concepciones romantizadas sobre la cultura latinoamericana (Fuller, 2015 ;Vich, 2006; Vich, 2007). En otras palabras, ha persistido un imaginario visual asociado a lo paradisiaco, al no conflicto, donde los sujetos de las sociedades de destino son objetivados bajo parámetros de una sociedad premoderna y exótica. Un caso que ilustra tal argumento, son las numerosas fotografías que circulan en el sector turístico latinoamericano, como acciones en materia de promoción. Estas imágenes capturadas por la lente fotográfica conforman dispositivos de poder que crean y (re)crean narrativas sobre los referentes culturales. De manera implícita, estos relatos y narrativas actúan como procesos de valorización del espacio cultural y simbólico de un territorio. Así se legitiman y seleccionan determinados referentes socioculturales bajo una narrativa particular, una lógica turística que denota, en ocasiones, criterios dominantes y hegemónicos (Prats, 1998; Canclini, 1999). Este orden narrativo, lingüístico y visual es lo que configura la dimensión sustantiva del imaginario turístico (Hernández, 2020). Los imaginarios turísticos actúan como relatos que atraviesan y configuran las representaciones sociales y culturales de un destino. Se constituyen como instrumentos de valorización territoriales de un tiempo y espacio determinado (Bertoncello, 2002).

Desde un análisis geográfico, el fenómeno turístico constituye una textualidad inscrita en el espacio. Así, el turismo opera como discurso ambivalente (Comparato, 2019) en la construcción de imaginarios, a partir de la recreación, reinención y reproducción de múltiples relatos en relación al componente cultural, tanto material como simbólico. Con un claro objetivo lucrativo extiende y sostiene esquemas de representación que circulan en las sociedades de origen, creando, negociando y transformando los sentidos y significados de los referentes socioculturales de un territorio (Meethan, 2014; Salazar, 2012).

El poder de lo discursivo del turismo y de los imaginarios que difunde encuentran lugar en el modo en que se construyen las representaciones en relación a los referentes culturales de un destino. Por un lado, la práctica turística puede definir la alteridad en función de criterios esencialistas e idealizados. Una mirada hegemónica estereotipada o lectura normativa sobre el aspecto cultural. Por el otro, puede construir nuevas representaciones y relatos que muchas veces no son compartidos por todos los actores de la sociedad. De esta manera, ‘la diferencia’ es rescatada y reivindicada dentro del turismo bajo intereses dominantes del sector privado y de los gestores de promoción produciendo una ‘alteridad doblegada’.

Específicamente en América Latina, las representaciones turísticas sobre las identidades culturales recaen en el rescate de aspectos discretos o “auténticos”. Vich (2007 y 2006) plantea que la exotización y romantización de las representaciones socioculturales por parte del turismo, perpetúa, en muchos casos, una mirada neocolonial,

segregadora y demarcativa (De los Santos, 2021, Rivera Cusicanqui, 2011). Un caso paradigmático lo representa la figura de la Palenquera en Cartagena de Indias, Colombia. Lacarrieu (2016) sostiene que existe una espectacularización de las mujeres palenqueras por medio de una mirada occidental, representación visual y discursiva del afuera pregonada por el sector privado, el sector político y los turistas. La ironía de la reivindicación y valorización de la identidad palenquera, llevada adelante por el mismo sector público, radica en la adopción de un multiculturalismo superficial. Siendo el mismo Estado el que ha detentado históricamente un orden social hegemónico que excluye, niega y segrega la identidad afrodescendiente. De esta manera, ‘la inclusión’ de la cultura afrodescendiente divulgada por el sector público turístico opera bajo un repertorio de imaginarios neocoloniales, que sitúan a los sujetos palenqueros bajo parámetros y categoría que convergen en el deber ser y cómo deben mostrarse bajo la mirada turística.

En función de lo expuesto, la presente propuesta consiste en abordar al turismo como un dispositivo discursivo que replica criterios y patrones de dominación neocolonial a partir de perpetuar el exotismo, la fetichización y la cosificación de las culturas locales en la producción, configuración y difusión de imágenes (Quijano, 2015; Mignolo, 2010; Vich, 2006; Vich, 2007).

Este escrito se concibe como un ensayo en tanto pretende adentrarse en la reflexión y la problematización del objeto de estudio, no en un sentido de obturación; sino con el objetivo de abrir un marco que invite a formular otras preguntas en torno a la compleja relación entre turismo y cultura. Se busca explorar los diversos ángulos y aristas de este tema, con la intención de generar una discusión fecunda y ampliar los horizontes de comprensión del fenómeno turístico. En igual medida, el objetivo será ilustrar y enriquecer la discusión teórica con un caso concreto que permita entender mejor la complejidad de la relación turismo cultura en América Latina, por lo que se ha escogido como objeto empírico la emblemática figura de la Palenquera en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia. Esta elección no es casual, ya que su imagen simboliza y evidencia diversos procesos de reivindicación, revalorización y resistencia cultural que entran en contradicción en el ámbito turístico.

Finalmente, la importancia de abordar este tema desde una mirada decolonial se centra en poder develar las relaciones de poder que se ciernen sobre la práctica turística y el campo académico del turismo. Asimismo, este desprendimiento permite orientar el debate sobre los procesos de valorización turística y patrimonial que se dan en el territorio latinoamericano.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La apertura reflexiva que busca el ensayo tiene como eje fundamental la problematización y la reflexión de ciertas categorías teóricas utilizadas dentro del campo académico del turismo y en relación a los estudios culturales y la disciplina antropológica.

Uno de los aspectos teóricos que se tomarán como centrales es que las sociedades (culturas) no están estancadas en el tiempo sino que son un producto de la historia, del contacto y del cambio constante. Especialmente en América Latina estas tienen que ser consideradas en el entramado de las relaciones poscoloniales donde se da una hibridación tanto del colonizador como del colonizado y donde se negocian significados.

Para el caso del turismo también es importante, como sostiene Amoamo (2007), tener en cuenta las estructuras de poder construidas y mantenidas a través de los diferentes discursos y narrativas; donde las identidades se construyen no solo a través de las prácticas sino también de los discursos dominados por el poder (Hall, 1996). Estos discursos hegemónicos y coloniales que definen un “otro” diferente y siempre

estigmatizado tiene su basamento en la existencia de una ideología dominante (Vich, 2006; Vich, 2007). Sorlin (1985) afirma que la ideología es un conjunto de manifestaciones a través de las cuales los grupos sociales se definen a sí mismos, se posicionan ante los demás y crean sus relaciones. Si bien existe una ideología dominante, coexiste con otras expresiones ideológicas que pueden ser opuestas a ella, pero también cercanas.

Otro aporte teórico central, son los imaginarios turísticos. A partir de la mirada del turista, la cultura de los territorios pasa a estar mediada por preconceptos, imágenes, creencias y valorizaciones de la sociedad de origen y otros actores involucrados, lo cual confiere a la sociedad residente una serie de estereotipos y marcas culturales. De esta manera, la cultura se transforma en objeto de observación y consumo turístico mediado por una narrativa, relato o discurso particular. En este sentido, el concepto de discurso turístico juega un papel importante, ya que no sólo estructura la práctica, el hacer turismo, sino que es un proceso de enunciación que da contenido y sentido a las representaciones socioculturales por medio de imágenes, cartografía, folletería, guías de viaje, fotos en redes sociales, entre otros (Hernández, 2020; Comparato, 2019).

El registro fotográfico, es una condición ineludible a la hora del viaje turístico. Las imágenes que circulan en la sociedad capitalista del “espectáculo”, dan marco a las representaciones culturales de los destinos. En otras palabras, las imágenes no permanecen pasivas, ofrecen significados que el espectador reelabora en función de saberes y supuestos.

La fascinación y el horror, que atrae y repele al mismo tiempo, encerrados en la experiencia de lo extraño formó parte del “espectáculo” a lo largo de la historia humana. Desde los circos romanos donde se exhibían animales de todo el imperio para divertimento del público, hasta los selknam yámanas enjaulados en Europa para asombro de grandes y chicos.

El exotismo como representación de la diferencia, siempre construida desde el etnocentrismo europeo y occidental, no sólo está presente en lo visual sino en lo discursivo. Esta misma búsqueda de nuevas experiencias, más apreciadas cuanto más ajenas a la cotidianidad son, se encuentra representada en el viaje turístico.

El enfoque teórico de modernidad/colonialidad refiere a que ambos procesos se encuentran entrelazados. Mignolo (2010) sostiene que la modernidad oculta una cara oscura: la reproducción de patrones coloniales. Esta categoría, permite comprender, analizar e interpretar el marco de la producción y proyección de las representaciones socioculturales dentro de los discursos turísticos. El turismo se encuentra impregnado por la retórica de la modernidad, en la medida que es presentado como una actividad que otorga beneficios económicos y desarrollo a los territorios, ocultando los costos asociados a dicho crecimiento, que se traducen en segregación, racismo y exclusión. Así el turismo, como fenómeno de la modernidad, sigue reproduciendo la matriz colonial del poder, del conocimiento y del ser. Como descentramiento y desprendimiento de esta matriz que perpetúa la modernidad, surge el proyecto decolonial.

El giro decolonial constituye una herramienta que permite desprenderse de las formas de conocimiento, actuación y sentimiento que nos impone la modernidad. Nos ayuda a descentrar el pensamiento eurocéntrico de la realidad social para poder abordar otras historias y pensamientos que se ubican en los bordes, en las fronteras, en la periferia. Es por eso, que a los fines del presente ensayo, resulta pertinente rescatar esta mirada, con el objetivo de deconstruir las lógicas que atraviesan la valorización turística y patrimonial de los referentes socioculturales en territorio latinoamericano. Construyendo un conocimiento turístico cuya episteme se sitúe desde el desprendimiento a lo occidental y eurocéntrico.

METODOLOGÍA

Las técnicas implementadas para este ensayo será la revisión de literatura y el análisis documental de imágenes de promoción turística. Se destaca que la modalidad de ensayo ofrece la posibilidad de explorar y abordar la complejidad del tema desde una comprensión y una reflexión crítica profunda sobre el turismo, el poder discursivo y los imaginarios culturales en América Latina, con especial énfasis en la producción de alteridad.

La búsqueda y análisis crítico de la literatura existente sobre el tema en cuestión, tiene por objetivo identificar las principales tendencias, enfoques y debates teóricos previos en la materia. Es importante destacar que esta técnica permite a las investigadoras tener una visión general del estado actual del conocimiento sobre el tema, contribuyendo a la construcción de una base teórica sólida y a una oportunidad de apertura hacia nuevas perspectivas epistemológicas y discusiones teóricas relevantes.

Por otro lado, se abordará un análisis e interpretación de imágenes de promoción turística en torno a la figura de la Palenquera. Para ello, se prestará especial atención al material fotográfico producido y utilizado en los discursos turísticos de las agencias estatales y privadas, acerca de la figura turística de la Palenquera, siendo una fuente determinante para interpretar la construcción de la alteridad desde una mirada exotizante y romántica. Para esto se tomará en consideración no solo el material de folletería impresa y los medios en papel sino también lo mostrado en los sitios web y las redes sociales, que actualmente tienen un alcance masivo y son la primera fuente de información a la hora de la búsqueda turística. El análisis fotográfico y de material visual se realizará a través del Análisis Crítico del Discurso (ADC). Esto permitirá la interpretación de los discursos turísticos construidos por los entes gestores y promotores del turismo y sector privado. La estrategia metodológica elegida (ADC) permitirá profundizar sobre el sentido social dentro de lo discursivo vinculado a la dimensión simbólica, atravesado por la historicidad y en referencia a los sujetos sociales, quienes enuncian, reciben e interpretan estos discursos. De esta manera, se analizarán los discursos turísticos como el resultado de prácticas de enunciación espacio-temporales construidas desde los intereses y el poder de los diferentes actores sociales.

DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

La implementación de un enfoque decolonial dentro del campo de relación del turismo y los estudios culturales en América Latina enfrenta diversos desafíos. Por un lado, la persistencia de patrones de dominación cultural y económica heredados de la época colonial, que se reproducen en el turismo a través de la promoción de estereotipos culturales. Por otro lado, la falta de una conciencia crítica y una voluntad política por parte de los actores involucrados en la gestión del turismo para reconocer y abordar estos patrones neocoloniales que se traducen en exclusión y segregación. Asimismo, es importante reconocer la falta de profundización analítica sobre la dinámica y el rol de poder que juega el turismo en la cultura del destino, en tanto son los intermediarios que participan en la práctica (sector privado como público), los que interpretan, median y comunican las representaciones e identidades culturales de la sociedad residente.

Por un lado, es interesante plantear lo que sucede desde el sujeto que, como turista, busca consumir estas mismas imágenes estereotipadas de territorios y culturas 'auténticas' y 'prístinas' alejadas del denominado progreso. Abriendo así la discusión a cómo la colonialidad reafirma imaginarios y supuestos propios en todos los niveles de la sociedad. En este sentido, algunos interrogantes que surgen son: ¿Por qué ciertos espacios

turísticos son más valorados a la hora de elegir un destino que otros? ¿Es posible que esa búsqueda del paisaje natural (virgen) ideal o el anhelo de presenciar la vida cotidiana de una etnia no alcanzada por la “civilización” pueda reafirmar o cuestionar la propia situación privilegiada? Por otro lado, cabe preguntarse si la propia cultura es representada de acuerdo a las expectativas del turismo, si es una *performance* que tiene más relación con una espectacularización o puesta en escena cultural originada en la imagen mediática que con la vida de la sociedad. Es decir, ¿Hasta qué punto esa forma cultural debe recrearse en consonancia con las imágenes del “espectáculo” buscado e impuesto del poder?

Finalmente, a partir de la discusión teórica y su diálogo con el referente empírico se intentará marcar un puntapié inicial para repensar la gestión turística del patrimonio cultural dentro del contexto latinoamericano y en relación permanente con la movilidad de sentidos e imaginarios turísticos desde distintas escalas territoriales.

BIBLIOGRAFÍA

Adame, M. Ángel. (2014). Exotismo posmoderno: la antropología de los encuentros turísticos interculturales. *Cuicuilco Revista De Ciencias Antropológicas*, 9(24), 333–364.

Banderas, B. (2017). Mercantilización del patrimonio cultural inmaterial, impactos del turismo en expresiones vivas de México. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.

Bertoncello, R. (2002). Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. *Aportes y transferencias*, 6(2), 29-50.

Canclini, N. G. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.

Comparato, G. (2019). Entre antropología, estudios culturales y turismo: una propuesta de reflexividad disciplinar diacrónica. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 313-325.

Debord, G. (2008). La sociedad del espectáculo. La marca editora.

Dussel, E. (2005). Transmodernidad e interculturalidad (Interpretación desde la Filosofía de la Liberación). *México City: UAM*.

Dussel, E. (2020). Decolonialidad del poder. *Ruta pedagógica. Recuperado el*, 30(04).

Hiernaux, D (2002). Turismo e imaginarios. En Hiernaux-Nicolas, D., Cordero, A., & Van Duynen Montijn, L. *Imaginarios sociales y turismo sostenible*. San José de Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, 7-36.

Fuller, N. (2015). El debate sobre la autenticidad en la antropología del turismo. *Antropología Experimental*, (15).

Graburn, Nelson H. H.(1992). "Turismo: el viaje sagrado", en Smith V.(comp.), *Anfitriones e Invitados. Antropología del Turismo*, Madrid, Endymion, pp. 45-68.

Graburn, Nelson H. H. Y Roland S. Moore (1994). "Anthropological Research on Tourism", en: *Travel, Tourism and Hospitality Research*, Estados Unidos, J. Wiley & Sons Inc., pp. 233-242.

Hernandez, T. M. (2020). El discurso político del espacio turístico de La Paz, BCS. *Revista Ecúmene de Ciencias Sociales*, 1(1), 164-204.

Hernández Hernández, F. J. (2012). Estado y mercado: La fábrica de la cultura, producción cultural y discurso mitificador en la era posmoderna.

Hall, S. (2010) "El espectáculo del "Otro" en: Cruces Villalobos, F. y Pérez Galán, B. (Compiladores) *Textos de Antropología Contemporánea*, Madrid: UNED, pp. 75-94.

Lacarrière, M. (2016). La alteridad y el exotismo en clave patrimonial turística. Aportaciones de la antropología. En *Quaderns 32*, pp. 123-143. ISSN 0211-5557

Meethan, K. (2014). Mobilities, Ethnicity, and Tourism. *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*, 240-250.

Mignolo, W. (2004). Globalización: doble traducción e interculturalidad. *DeSignis*, (6), 0021-32.

Mignolo, W. (2010). *Desobediencia epistémica: retórica de la modernidad, lógica de la colonialidad y gramática de la descolonialidad*. Ediciones del signo.

Nash, D. (1981). *Tourism as an anthropological subject*, en: *Current Anthropology*, vol 22, núm.5, octubre, pp.461-468.

Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y sociedad*, 27(1), 63-76.

Puerto, K. (2017). Fotografía en el Caribe: arte y descolonización. *Revista Episteme* 9 (1-2): 21-35.

Valencia, V.R. (2009). Lugares comunes: fotografía y turismo. *Ankulegi. Revista de Antropología Social* 13: 33-43.

Quijano, A. (2015). Sobre la colonialidad del poder. Conferencia magistral impartida por Aníbal Quijano. *Contextualizaciones Latinoamericanas*, 1(8).

Rivera Cusicanqui, S. (2018). Un mundo ch'ixi es posible. Ensayos desde un presente en crisis. *Buenos Aires: Tinta Limón, 20018*.

Salazar, N. B. (2012). Tourism imaginaries: A conceptual approach. *Annals of Tourism research*, 39(2), 863-882.

Sorlin, P. (1985). *Sociología del cine*. Fondo de Cultura Económica.

Vich, V. (2006). La nación en venta: Bricheros, turismo y mercado en el Perú contemporáneo. *Crónicas Urbanas*, (11), 93.

Vich, V. (2007). Magical, Mystical: 'The Royal Tour' of Alejandro Toledo. *Journal of Latin American Cultural Studies*, 16(1), 1-10.

Wright, S. (2004). La politización de la cultura; en Boivin M. et. al., Constructores de Otredad. Una introducción a la antropología social y cultural; Buenos Aires: Eudeba: 128-141.

Wood Pujols, Y. (2018) *Caribe: universo visual*. Editorial Félix Varela.

MESA DE TRABAJO 15

Gestión, Marketing y Digitalización del Turismo

— ■
XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023
■ —



CONDET



Mesa de Trabajo N°15: Gestión, Marketing y Digitalización del Turismo

MARCAS TURÍSTICAS CO-CREADAS. LA IMAGEN DE LAS ESTACIONES DE ESQUÍ LAS LEÑAS Y CATEDRAL EN EL BIGDATA

Sustersic Pilar, Perez Benegas Jesica.

Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue.

Zanfardini Marina.

Instituto Patagónico de Estudios en Humanidad y Ciencias Sociales, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue

INTRODUCCIÓN

En un contexto de territorios turísticos digitales (Zanfardini & Jalil, 2022), el desarrollo de la marca (branding) ha dejado de ser un espacio controlado únicamente por las empresas turísticas, para pasar a ser una construcción social y colectiva entre múltiples actores, entre ellos los usuarios de los servicios (Marine-Roig & Ferrer-Rosell, 2018). En este proceso de transformación digital (Cámara Valencia, 2020) las empresas turísticas se ven influenciadas por el contenido que los turistas publican en plataformas online y sus opiniones adquieren un rol activo dando lugar a la co-creación de las marcas (Borges-Tiago et al., 2021).

Este trabajo parte de reconocer como problema real la falta de análisis por parte de las estaciones de esquí del e-WOM (por electronic word-of-mouth) que se genera entre sus consumidores. No existen estudios previos sobre este tema en la Argentina y el estudio de las marcas de estaciones de esquí en redes sociales es un tema escasamente explorado. Los antecedentes que se han encontrado permiten evaluar el accionar empresarial de las marcas de esquí (Luque Martínez et al., 2019) en estos medios, pero no analizan la percepción vertida por los consumidores (Cristobal-Fransi et al., 2017).

En la presente ponencia se expondrá una investigación que tuvo por objetivo estudiar la co-creación de la imagen de marca de las dos estaciones de esquí más relevantes de Argentina a través del e-WOM con el objetivo de describir y comparar (i) el estilo a través de los léxicos y tópicos más frecuentes, (ii) la valencia (positiva/negativa) en torno a las marcas y (iii) reconocer los beneficios funcional, experiencial y simbólico asociados.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El concepto tradicional de desarrollo de una marca (branding) se vincula con la gestión voluntaria de una marca por parte de una organización (de Chernatony, 1999). En la teoría de branding hay dos conceptos centrales, diferenciables y relacionados entre sí: la identidad de marca y la imagen de marca. Mientras que la primera se origina desde las empresas o los destinos turísticos a través de la creación de un producto diferenciado con características únicas, la segunda refiere a las percepciones de los consumidores, incluyendo un conjunto de beneficios que estos asocian a la marca (Nandan, 2005).

La multiplicación de redes digitales y su rápida adopción por parte de las personas facilitó la co-creación de las marcas, que es el proceso por el cual los consumidores y prestadores de servicios colaboran para crear valor (Prahalad & Ramaswamy, 2004).

Mediante el e-WOM los consumidores informados, conectados en red, capacitados y activos están co-creando cada vez más valor dentro de las empresas (Harmes-liedtke & Gianetti, 2019).

Como en todo proceso de comunicación, en el e-WOM los consumidores tienen distintos roles, con diferente nivel de actividad y se constituyen en emisores o receptores. Zanfardini et al (2016) modelaron el proceso de comunicación e-WOM señalando que su contenido puede ser perfilado atendiendo a variables tales como el tipo de lenguaje utilizado para codificar el mensaje (verbal/no verbal), el nivel de subjetividad/objetividad del contenido, la valencia del mensaje (positivo/negativo) y el volumen del contenido.

El turismo de nieve es una tipología dentro del turismo de naturaleza que, según Miguel Ledhesma (2018), es aquel que se realiza en entornos de predominancia natural. Particularmente consiste en visitar destinos de montaña para disfrutar de los servicios, beneficios y actividades asociadas a la nieve en temporada invernal. Los destinos de nieve cuentan con infraestructura para el aprovechamiento de los deportes de nieve, que tradicionalmente incluía dos variantes: turismo alpino y turismo nórdico (Fernández et. al., 2017), y que en la actualidad se concibe también para otras modalidades, tales como el snowboard, las actividades recreativas con trineos, entre otras. También se observa como estrategia de desestacionalización que durante el verano las estaciones de esquí ofrecen sus instalaciones para el acceso a la montaña y la realización de actividades como canopy, trekking, descenso de ciclismo, consumos gastronómicos, entre otras.

En el contexto del branding turístico, Gnoth, (2007) en base a Gartner (1993), propone que las personas usuarias de las estaciones de esquí pueden percibir distintos niveles de beneficios asociados a las marcas de nieve. El nivel funcional se relaciona simplemente a lo que es objetivamente medible de la experiencia con la marca, es el nivel más bajo de la promesa de la marca y es lo más fácil de comunicar (ej. la cantidad y variedad de pistas en un centro de esquí, la capacidad de los medios de elevación, los servicios de apoyo: jardín de nieve, escuela, alquiler, etc.). En el nivel experiencial de la marca los valores de la marca y las comunicaciones apelan a las sensaciones de los turistas (ej. sentir la nieve en polvo al esquiar, entrar a un refugio con aroma a comida casera, sentirse seguro). Finalmente, el nivel simbólico es el más abstracto y menos tangible (ej. realizar su mejor bajada, lograr esquiar como los demás, sentirse bien atendido), está vinculado a sentimientos personales y sociales, y su efectividad depende mucho del desempeño y la interpretación que el turista hace de los niveles anteriores.

Existen estudios previos que han abordado los beneficios buscados en el turismo de nieve, destacando que los que más se buscan son la socialización, experiencia deportiva, emoción, enriquecimiento y relajación (Papadimitriou & Gibson, 2008). En Argentina, y en el mercado del Alto Valle de Río Negro y Neuquén, se identificaron segmentos por beneficios buscados en el producto nieve (Tamagni et al., 2011). Sin embargo, no existen trabajos que den cuenta de cómo estos beneficios buscados son plasmados en e-WOM sobre las marcas de estaciones de esquí en Argentina y cómo influyen en su co-creación.

METODOLOGÍA

Se combinaron diseños metodológicos de tipo exploratorio y descriptivo con un enfoque cuali-cuantitativo. A través de herramientas de rastillaje de big data aplicadas al sitio Google Maps y de softwares de minería de textos y análisis automático de sentimientos, se analizaron los 250 comentarios más relevantes de las 2 estaciones de esquí más importantes del país (Cerro Catedral y Las Leñas) para comprender su imagen de marca y la percepción de los consumidores. Los datos fueron recuperados en el mes de junio de 2022. Las variables de análisis serán léxicos, tópicos, beneficios, valencia extraída del

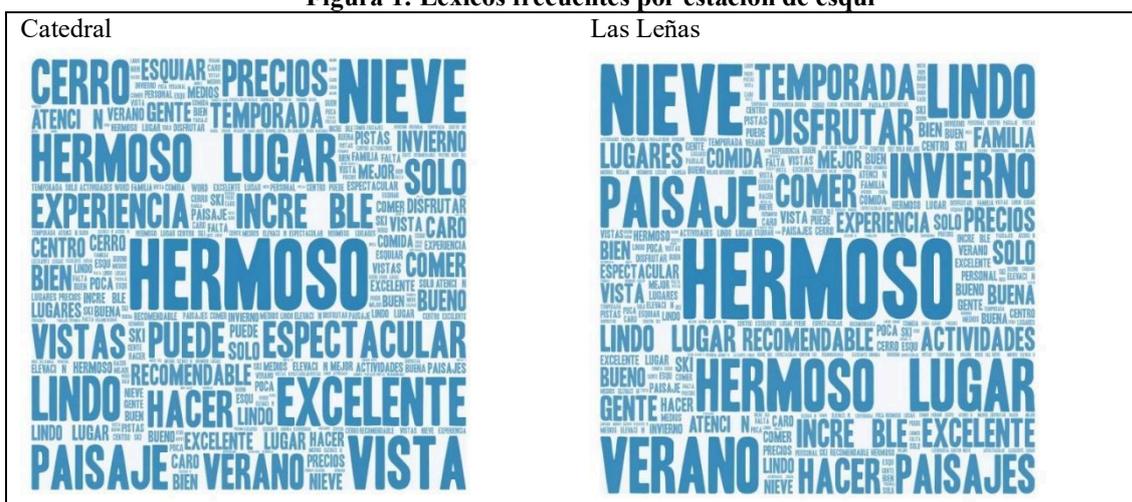
texto, valencia auto informada y beneficios asociados a la marca a nivel: funcional, experiencial y simbólico. Para la clasificación según tipo de beneficio asociado, se complementó con una técnica de análisis de contenido realizada por expertos.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En las reseñas sobre las dos estaciones de esquí la palabra con mayor ocurrencia es “lugar” (mencionada 291 veces), seguida por “hermoso” (175 veces), “nieve” (138 veces) y el n-grama “hermoso lugar” (77 veces).

La figura 1 presenta la comparación de los léxicos más frecuentes por estación de esquí, omitiendo la palabra “lugar”, por ser la más frecuente en ambos. En Catedral sobresalen palabras/frases como “hermoso” (71), “nieve” (57), “vista” (40), “excelente” (33) y “hermoso lugar” (32). En Las Leñas el léxico predominante incluye los términos “hermoso” (104), “nieve” (81), verano (51) y lindo (47).

Figura 1: Léxicos frecuentes por estación de esquí



Los tópicos más frecuentes en ambos centros de esquí se relacionan con “medioambiente, meteorología y energía” (128 reseñas), “economía y finanzas” (43 reseñas), “turismo, viajes y desplazamientos” (28 reseñas) y “ocio, estilo de vida y tiempo libre” (27 reseñas). El tópico “medioambiente, meteorología y energía” fue más frecuente entre las reseñas de Las Leñas (51,32% de todas las reseñas) seguido por “turismo viajes y desplazamientos” (15,13%). Por su parte, los comentarios de Catedral estuvieron relacionados al medioambiente sólo en un 38,17%, seguido por las reseñas vinculadas a economía y finanzas (esto es, vinculados a los precios) que ascendieron a un 18,08% de las reseñas. El tema “deporte” surgió con más frecuencia entre los comentarios sobre el cerro Catedral.

En relación con la valencia extraída automáticamente a partir de los textos de las reseñas, tanto Las Leñas como Catedral recibieron mayormente reseñas positivas y muy positivas, sumando un 81,6 % y un 80,8% de las reseñas, respectivamente. La valencia extraída presento una correlación positiva con la valencia auto informada a través de cantidad de estrellas por sus autores. Del total de las reseñas de Catedral, el 78,4% obtuvo 5 estrellas y en Las Leñas esta medida fue de 65,2%.

Finalmente, para clasificar a las palabras más frecuentes en el e-WOM y vincularlas a los beneficios se recurrió a la ayuda de 3 jueces expertos, quienes recibieron un listado de las 212 palabras más frecuentes en las reseñas y las clasificaron según las tres categorías (funcional, experiencial y simbólico) de la variable estudiada, siempre que fuera posible.

El léxico vinculado al beneficio funcional fue el más variado, incluyendo términos como “lugar”, “nieve”, “paisaje”, “verano”, “vista”, “invierno”, “hacer” y “temporada”, entre otras palabras. El léxico sobre el beneficio vivencial incluye palabras y frases como “hermoso”, “hermoso lugar”, “excelente”, “increíble”, “experiencia”, “lindo lugar”, entre otras. Mientras que las palabras asociadas al beneficio simbólico son “gente”, “bien”, “recomendable”, “bueno”, “atención”, “mejor”, entre otras.

Finalmente, en la Figura 2 se comparan las 50 palabras/frases más frecuentes, señalando con colores diferenciadas el tipo de beneficio al que refieren.

Figura 2: Léxicos frecuentes por estación de esquí y beneficio buscado



En síntesis, la imagen co-creada para el Cerro Catedral está asociada sobre todo a los paisajes, a las vistas y a la nieve en invierno como principal atractivo. Mientras que en el caso de Las Leñas las reseñas relatan experiencias que no se limitan a la temporada invernal, sino también al verano. Esto se debe a que, durante los últimos años, Las Leñas se ha diversificado y tiene una oferta de actividades sólida a lo largo de todo el año. Por su parte, Catedral, es el centro de esquí más elegido para realizar este deporte ya que cuenta con mayor cantidad y variedad de pistas, medios de elevación y oferta de actividades y buen acceso aéreo para los principales mercados nacionales.

Las reseñas sobre ambas estaciones de esquí co-crean estas marcas utilizando palabras y n-grama relacionadas con sus beneficios funcionales.

Finalmente, el aporte de este trabajo es que se aplica a casos reales el uso del bigdata para realizar investigación de mercado. Puntualmente, permitió el estudio de la imagen de marca de las estaciones de esquí, contemplando la mirada de los turistas y sin recurrir a técnicas intrusivas. Las conclusiones a las que se arriba se basan en datos capturados de la web, espontáneamente volcados por las personas usuarias de las estaciones de esquí en plataformas y analizadas con softwares de minería de texto y análisis de sentimiento.

BIBLIOGRAFÍA

- Borges-Tiago, M. T., Arruda, C., Tiago, F., & Rita, P. (2021). Differences between TripAdvisor and Booking.com in branding co-creation. *Journal of Business Research*, 123, 380-388. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.050>
- Cámara Valencia. (2020). *El Rol de la Tecnología en la transformación digital de las empresas*. Cámara Valencia.
- Cristobal-Fransi, E., Daries-Ramon, N., Mariné-Roig, E., & Martin-Fuentes, E. (2017). Implementación de la web 2.0 en el turismo de nieve: análisis de la presencia online y del e-commerce de las estaciones de esquí. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*. <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2017.06.002>
- de Chernatony, L. (1999). Brand management through narrowing the gap between brand identity and brand reputation. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 157-179. <https://doi.org/10.1362/026725799784870432>
- Gartner, W. C. (1993). Image Formation Process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2(2-3), 191-216. https://doi.org/10.1300/J073v02n02_12
- Gnoth, J. (2007). The structure of destination brands: Leveraging values. *Tourism Analysis*, 12(5-6), 345-358. <https://doi.org/10.3727/108354207783227939>
- Harmes-liedtke, U., & Gianetti, S. (2019). *El concepto y las metodologías de la co-creación para la generación de innovaciones urbanas Sistematización bibliográfica* (Número February, pp. 0-33). Cooperación Alemana al Desarrollo Sustentable en México.
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. OMPT.
- Luque Martínez, T., Doña Toledo, L., & Faraoni, N. (2019). *Auditing Marketing and the Use of Social Media at Ski Resorts*. <https://doi.org/10.3390/su11102868>
- Marine-Roig, E., & Ferrer-Rosell, B. (2018). Measuring the gap between projected and perceived destination images of Catalonia using compositional analysis. *Tourism Management*, 68(May 2017), 236-249. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.020>
- Nandan, S. (2005). An exploration of the brand identity–brand image linkage: A communications perspective. *Journal of Brand Management*, 12(4), 264-278. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2540222>
- Papadimitriou, D., & Gibson, H. (2008). Benefits Sought and Realized by Active Mountain Sport Tourists in Epirus, Greece: Pre- and Post-Trip Analysis. <http://dx.doi.org/10.1080/14775080801972056>, 13(1), 37-60.
- Pralhad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5-14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- Tamagni, L., Zanfardini, M., & Gutasuskas, A. (2011). *Mercado del Alto Valle para el producto nieve. Informe Técnico de Investigación de Mercados*.

Zanfardini, M., Bigné, E., Andreu, L., & Ruiz, C. (2016). El eWOM como proceso comunicativo en los destinos turísticos. *Anuario de Estudios en Turismo*, XI, 43-66.

Zanfardini, M., & Jalil, M. A. (2022). *Territorios turísticos: los flujos de información en tiempos de pandemia*. Topo - Editorial IPEHCS.

Mesa de Trabajo N°15: Gestión, Marketing y Digitalización del Turismo

FESTIVAL DEL CHEF PATAGÓNICO EDICIÓN 2022: LA EXPERIENCIA DEL VISITANTE Y LA GESTIÓN DE SU MARKETING DE CONTENIDO EN MEDIOS SOCIALES

Gutauskas F. Andrea, Zanfardini Marina.

Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue

Palabras clave: experiencia gastronómica, marketing de contenido, medios sociales

INTRODUCCIÓN

El turismo gastronómico es importante porque el patrimonio cultural inmaterial se convirtió en factor diferenciador de los destinos turísticos, como parte esencial de toda experiencia turística (UNWTO, 2016). El turista gastronómico actual demanda autenticidad e identidad, disfruta del producto agroalimentario pero también del contexto social que lo envuelve. Existe una tendencia mundial donde los destinos turísticos buscan posicionarse como gastronómicos. Villa Pehuenia-Moquehue es uno de ellos con la generación de una oferta gastronómica: la ruta gastronómica del Pehuén, “la paella gigante” y el Festival del Chef Patagónico (FCP). El FCP se realiza desde 2005 anualmente, entre abril y mayo, siendo el evento gastronómico más importante de la Patagonia (Gutauskas et al., 2020). Como se mencionó, el turismo gastronómico ha sido siempre experiencial, pero hoy más que nunca necesita de propuestas creativas, originales, sensibles, singulares; que despierten sentimientos y emociones ante “turistas cada vez más exigentes con expectativas más específicas y que buscan experiencias auténticas, significativas, únicas y memorables” (UNWTO, 2022, pág. 34). En ese sentido es que deben ir las comunicaciones de la marca con sus públicos, especialmente en medios digitales. Si bien el perfil del asistente al FCP se encuentra estudiado y definido, se carece de datos de los elementos del festival que generan una verdadera experiencia gastronómica, como tampoco se conoce si esto varía según la generación del visitante. De esta manera, surgió como una actividad de vinculación entre la cátedra Investigación de Mercado -cursado 2022- de la Facultad de Turismo, los gestores del destino VPM, organizadores del Festival, y la Subsecretaría de Turismo del Neuquén, se realizó una investigación que tuvo como objetivos describir la experiencia gastronómica de los asistentes al FCP y analizar el marketing de contenidos del FCP en sus medios sociales y el nivel de *engagement* obtenido.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La experiencia gastronómica

El turismo gastronómico se centra en la comida como elemento de atracción de visitantes a un destino turístico. Schlüter y Thiel Ellul (2008) afirman que a partir de la década de

1980 comenzaron a imponerse los viajes exclusivamente con fines gastronómicos, haciendo una "patrimonialización" de la comida local, que determinó que se la incorporara como una línea de producto, dentro del turismo cultural. Smith y Xiao (2008) presentan una tipología que clasifica a los recursos gastronómicos de los destinos en facilidades, actividades, eventos y organizaciones. Específicamente los festivales son productos gastronómicos integrales ya que combinan una gama de diferentes tipos de eventos con un fin común y determinado, que se comercializan como una entidad independiente (Shone & Parry, 2004). En la actualidad, los gestores de los destinos turísticos se encuentran ante el constante desafío de buscar cómo distinguirse y ser elegidos en un mercado cada vez más demandante y competitivo. Pine & Gilmore (1998) sostienen que la solución para esta dificultad, radica en ofrecer experiencias, entendidas como eventos memorables que involucran a cada individuo de una manera intrínsecamente personal. La gastronomía permite aproximarse a la cultura de un modo más vivencial, participativo y no estrictamente contemplativo (Armesto Lopez, Xose y Gomez Martín, 2004), por tanto, se la considera una experiencia gastronómica.

En la economía de la experiencia, se propone cambiar de una visión centrada en el producto y la empresa, a experiencias de consumo personalizadas (Prahalad & Ramaswamy, 2004). Los consumidores buscan experiencias auténticas y co-creadas (Binkhorst, 2008). Debido a que los festivales gastronómicos son un caso específico de experiencias culturales, pueden ser entendidos como multidimensionales, a través del modelo de las 6 E, que González-Rosas et al. (2022) adaptan de autores escandinavos (Linko & Silvanto, 2011; Skot-Hansen, 2005). Para estos autores las experiencias culturales co-creadas son un espacio para la educación, el entretenimiento, el empoderamiento, la vivencia estética, que genera impacto económico y que ofrece contenido de calidad.

Estrategia de marketing contenido, redes sociales y engagement en medios sociales

Debido al desarrollo tecnológico, el marketing de contenidos se ha convertido en una de las estrategias comunicacionales preferidas por los gestores de eventos gastronómicos. El marketing de contenidos está centrado en la creación y distribución de contenidos valiosos, relevante y consistente para atraer y retener a una audiencia claramente definida y, en última instancia, para impulsar una acción rentable del cliente (Vinerean, 2017). Está relacionado al marketing en redes sociales porque los contenidos se crean para ser compartidos, propagados y sindicados en diferentes plataformas sociales y lograr así mayor visibilidad en las audiencias.

Por lo tanto, los contenidos son viralizados a través de las publicaciones o posteos. Las publicaciones en redes sociales representan una rica forma de comunicación en la que las organizaciones transmiten significados y experiencias de sus marcas utilizando múltiples formatos de medios (Tafesse & Wien, 2017). En primer lugar, los posteos en redes tienen aspectos formales que le otorgan mayor o menor riqueza al mensaje. Estos están vinculados al tipo de lenguaje y formato que el emisor utiliza para codificar el mensaje, por ejemplo, si incluye imágenes, videos, enlaces, hashtags, menciones, entre otros (Bergareche Rubio, 2019; Sabate et al., 2014). En segundo lugar, las publicaciones se dan en un contexto temporal, esto es, en determinados días de la semana y horarios (Sabate et al., 2014). En tercer lugar, las publicaciones ofrecen distintos argumentos

temáticos vinculados a los objetivos comunicacionales. Tafesse y Wien (2017) recientemente realizaron una categorización temática de las publicaciones de las marcas en medios sociales, arribando 12 categorías exhaustivas y mutuamente excluyentes: Emocionales, Funcionales, Educativas, Resonancia, Experienciales, Evento Actual, Personales, Empleados, Comunidad, Relación con el cliente, Causas y Promoción de ventas.

El *engagement* (compromiso) es definido como un estado afectivo, cognitivo y conductual (Brodie et al., 2011), en el que los públicos y las organizaciones que comparten intereses en temas destacados interactúan a lo largo de continuos que van de lo pasivo a lo activo y del control a la colaboración (Dhanesh, 2017). El *engagement* en comunidades virtuales es definido como un proceso experiencial altamente interactivo (Brodie et al., 2013). Operativamente, se manifiesta como clics, me gusta, vistas, acciones compartidas, comentarios, tweets, recomendaciones y otro contenido generado por el usuario (Dhanesh, 2017). En el ámbito de los destinos turísticos, Gutiérrez et al. (2018) analizaron el *engagement* de las redes sociales oficiales para la promoción turística de los países iberoamericanos. A través del modelo PRGS (Presencia, Respuesta, Generación y Sugerencia) (IAB Spain, 2021), conceptualizaron al *engagement* como la suma de las variables de “respuesta”, “generación” y “sugerencia”.

METODOLOGÍA

Se optó por un diseño descriptivo. De acuerdo con los objetivos específicos planteados para esta investigación, se trabajó con dos poblaciones en estudio:

- Población 1: asistentes al FCP. Teniendo en cuenta estimaciones de datos publicados en los medios y de los propios organizadores se obtuvo que en promedio, el FCP tuvo un total de 12.000 asistentes en 2019. Considerando un máximo de dispersión ($p=q=0,5$), un error del 5% y un nivel de confianza del 95,5%; la muestra final quedó compuesta por 391 encuestas. Ante la dificultad de contar con un listado de asistentes al FCP, se consideraron como parte de la muestra a las personas que cumplían con los siguientes indicadores: tener más de 18 años y haber ingresado a las dependencias del PFC. Se realizó un muestreo por conveniencia, atendiendo a la predisposición de los asistentes al FCP. La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta personal altamente estructurada, llevada a cabo por 12 encuestadores, durante los días 13 al 15 de mayo de 2022, alternando tomas de datos en distintos momentos del día (mañana y tarde) cabe señalar que el evento inicia el viernes al medio día y finaliza el domingo en horario similar. Las variables estudiadas fueron: características sociodemográficas, consumo turístico en el destino, y dimensiones de la experiencia gastronómica.
- Población 2: publicaciones de las cuentas oficiales del FCP en las redes sociales Facebook e Instagram. Se realizó un muestreo de las publicaciones a juicio del investigador. Se incluyeron sólo aquellas realizadas durante los años 2021 y 2022, hasta el 20 de mayo de 2022. Como marco muestral se tomaron cada una de las publicaciones de Facebook y de Instagram realizadas durante 2021 y 2022. Se implementó el análisis de contenido, usando como instrumento para recolección

de los datos una ficha de observación estructurada, obteniendo un total de 119 publicaciones relevadas.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Como resultados del análisis de la población 1 - visitantes al FCP-, el 58% fueron de género femenino, seguido del 42% del género masculino. Más de la mitad de los encuestados (54,7%) pertenecen a la generación Y, seguida de la Generación X (28,4%). El 78,3% fueron visitantes, mientras que el 21,7% son residentes. El 51,4% era la primera vez que asistían al Festival, mientras que el 48,6% ya ha tenido experiencia asistiendo al mismo. En cuanto a la procedencia de los turistas, la gran mayoría eran de Neuquén Capital, Cipolletti y Zapala, seguidos de Plottier, Cutral Co, Catriel y Aluminé. El 63,4% utiliza alguna red social para informarse sobre el festival, previo a asistir al mismo, mientras que el 36,6% no hizo uso de estos medios de información. Las redes más utilizadas fueron Instagram (43,5%), Facebook (27,4%) y ambas redes fueron utilizadas en simultáneo por un 20,2%. Por otra parte, el 57% de los encuestados no sigue a ninguna de las redes sociales del evento, mientras que el 43% se encuentra siguiendo por lo menos una de las redes sociales específicas del Festival Provincial del Chef.

Para la caracterización de la experiencia del asistente en el FCP en su edición 2022, se usaron 6 dimensiones que fueron medidas a través de 20 indicadores evaluados del 1 al 5, (1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo). El indicador con media más alta pertenece a la dimensión de la vivencia estética (4,83 puntaje promedio). Le sigue la dimensión económica, en donde los asistentes valoraron la capacidad del festival en impulsar el turismo local, con una media de 4,77. En tercer lugar se retoma nuevamente la dimensión estética, en donde los asistentes valoraron que el ambiente social que se vive en el festival resulta placentero, con una media de 4,72. En cuanto a la última dimensión vinculada a la calidad, se midió a través de 4 indicadores a los que se les aplicó una escala de 1 a 5, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo. Los dos aspectos más valorados fueron los relacionados a la calidad de los stands de productos regionales y la calidad gastronómica de dichos stands, ambos con una puntuación media de 4,54 (muy de acuerdo).

Como resultados del análisis de la población 2 - publicaciones del FCP en las redes sociales Instagram y Facebook-. de las 119 publicaciones analizadas, el 58% pertenece a Facebook, mientras que el 42% a Instagram. En cuanto a la categoría temática de las publicaciones analizadas, predomina la de tipo "funcional" con un 27,1% y las "experienciales" con un 21,2%. Seguidas de las de "resonancia" con el 12,3%, las que representaban a "evento actual" con el 11,4% y las "emocionales" con el 11%. El tipo de lenguaje utilizado en las publicaciones de las redes sociales del FCP corresponde a que un 82,4% a lenguaje de texto; el 61,3% de las mismas utilizó una fotografía. En menor porcentaje, se encuentran aquellas publicaciones que hicieron uso del video con un 23,5%, las que utilizaron carrusel de fotos con un 16,8% y aquellas que utilizaron el lenguaje del dibujo con un 6,7%. Los recursos utilizados para enriquecer el contenido de las publicaciones fueron en un 63,9% no contienen menciones, el 36,1% restante utilizó alguna mención. Los enlaces no fueron utilizados en el 76,6% de las publicaciones, en el

24,4% de las publicaciones restantes si se utilizó. Los Hashtags, son los recursos más utilizados. El 58,8% de las publicaciones relevadas usó este recurso. Siendo los hashtags más frecuentes #Vuelve, #QuieroFestival, #FestivaldelChef y #Edición.

En cuanto a interacciones, en Facebook la principal interacción fueron los “Me Gusta”, con un mínimo de 2 me gusta y un máximo de 66; en promedio las publicaciones tuvieron 19,19 me gusta. Las publicaciones de Instagram del FCP analizadas, tuvieron un mínimo de 13 me gusta, un máximo de 184 y un promedio final de 60,92 me gusta.

Como conclusión se puede mencionar que el asistente es principalmente regional, viaja al destino para participar del festival. En cuanto a la experiencia vivida en el festival la dimensión predominante y caracterizante fue la vivencia estética. Encontrando evidencia de que la misma está condicionada por la generación y el tipo de asistente.

En cuanto al contenido publicado por los medios sociales del FCP puede caracterizarse de manera formal, utilizando texto y fotografías. Este contenido es acompañado de recursos para enriquecerlo como enlaces y hashtags (#Vuelve, #QuieroFestival, #FestivaldelChef). Las publicaciones del FCP tienen una categoría temática principal de tipo funcional.

BIBLIOGRAFÍA

- Armesto Lopez, Xose y Gomez Martín, B. (2004). Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat. Cuadernos Geográficos, 34(1), 83–94.
- Bergareche Rubio, S. (2019). Retórica y engagement en redes sociales. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Comillas Universidad Pontificia.
- Binkhorst, E. (2008). Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos. ARA: Revista de Investigación En Turismo, 1(1), 40–51. <http://revistes.ub.edu/index.php/ara/article/view/18968>
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252–271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>
- Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L. (2013). Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105–114. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.029>
- Dhanesh, G. S. (2017). Putting engagement in its PRoper place: State of the field, definition and model of engagement in public relations. *Public Relations Review*, 43(5), 925–933. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.04.001>
- González-Rosas, E. L., Cárcamo-Solis, M. de L., Navarrete-Reynoso, R. (2022). Efectos de la experiencia cultural en la percepción de excelencia e impacto económico de los asistentes al Festival Internacional Cervantino. *Ciencia UAT*, 16(2), 85–96. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v16i2.1482>
- Gutauskas, F.A., Zanfardini, M., Correa, C., Guajardo, R.B. y Maluenda, V.L. (2020). Caracterizando a los actores que participan del Festival Provincial del Chef Patagónico (Argentina). *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo*, 18 (2), 55-76.
- Gutiérrez, G., Sánchez, M. Á., & Galiano, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos Social networks as a means of tourist

- promotion in the ibero-american countries. *Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, VIII(15), 135–150. IAB Spain. (2021). *Estudio Anual Redes Sociales 2021*. IAB Spain, 71. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/>
- Linko, M., & Silvanto, S. (2011). Infected by arts festivals: Festival policy and audience experiences in the Helsinki metropolitan area. *Journal of Arts Management Law and Society*, 41(4), 224–239. <https://doi.org/10.1080/10632921.2011.624971>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, July-August, 97–105.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14. <https://doi.org/10.1002/dir.20015>
- Sabate, F., Berbegal-Mirabent, J., Cañabate, A., & Lebherz, P. R. (2014). Factors influencing popularity of branded content in Facebook fan pages. *European Management Journal*, 32(6), 1001–1011. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.05.001>
- Schlüter, R. G., & Thiel Ellul, D. (2008). Gastronomía y turismo en Argentina. *Polo gastronómico Tomás Jofré. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(2), 249–268. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2008.06.019>
- Shone, A., & Parry, B. (2004). *Successful event management: a practical handbook* (2nd ed.). Thomson Learning. <https://books.google.com.ar/books?l=es&lr=&id=xk1GSZKeN7IC&oi=fnd&pg=PR8&dq=Successful+event+management:+a+practical+handbook.&ots=wk0J0k28AG&sig=pobB-1Xz1KALXk31wL4l-9EC80I#v=onepage&q=Successful+event+management%3A+a+practicalhandbook.&f=false>
- Skot-Hansen, D. (2005). Why urban cultural policies. *Eurocult21. Integrated Report*. Tafesse, W., & Wien, A. (2017). A framework for categorizing social media posts. *Cogent Business and Management*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1284390>
- UNWTO. (2016). *Red de Gastronomía de la OMT- Plan de Acción 2016/2017*. 1-36. Recuperado de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/gastronomy_action_plan_print_2_es_web_0.pdf
- Vinerean, S. (2017). Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and Tactics. *Expert Journal of Marketing*, 5(2), 92–98.

Mesa de Trabajo N°15: Gestión, Marketing y Digitalización del Turismo

COMPETENCIAS INNOVADORAS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL EN EL TURISMO. UNA APROXIMACIÓN DE LAS HABILIDADES Y DESTREZAS EMERGENTES PARA POTENCIAR LA SALIDA LABORAL

Simonato Fernando, Duran Andrea, Guerri Pulido Federico.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

Montero Pablo.

Universidad Nacional de La Plata y Universidad Nacional de San Luis.

Baldomar Juan.

Universidad de Buenos Aires

INTRODUCCIÓN

El trabajo se enfoca en identificar y analizar las competencias disruptivas que los profesionales de turismo deben desarrollar para enfrentar los desafíos del futuro escenario laboral en el sector. En la actualidad, la industria turística está en constante evolución, y la irrupción de las nuevas tecnologías está transformando la forma en que se llevan a cabo los negocios en el sector. En este sentido, los profesionales del turismo deben estar preparados para afrontar los retos que plantea esta nueva era digital, y para ello es necesario que cuenten con habilidades y competencias innovadoras que les permitan adaptarse a los cambios y mantenerse actualizados.

La investigación se ha centrado en el análisis de las competencias Instrumentales, Personales, Sistemáticas y Digitales, a fin de determinar cuáles son las habilidades y destrezas que deben poseer los profesionales del turismo para enfrentar con éxito el futuro escenario laboral. En este sentido, el análisis factorial exploratorio permitió identificar las habilidades instrumentales necesarias para el desarrollo profesional, tales como el conocimiento técnico y la capacidad para resolver problemas complejos. Por su parte, las habilidades personales, como la capacidad de liderazgo y trabajo en equipo, también han resultado fundamentales para el éxito en el sector turístico.

Asimismo, el análisis de relación causal basado en ecuaciones estructurales permitió determinar la influencia que tienen las competencias digitales en la empleabilidad de los profesionales del turismo. Los resultados obtenidos muestran que las habilidades vanguardistas relacionadas con las nuevas tecnologías tienen un impacto significativo en la probabilidad de la salida laboral, lo que evidencia la importancia de mantenerse actualizado en este ámbito.

En conclusión, la identificación de las competencias disruptivas necesarias para el desarrollo profesional en el turismo permitirá a los profesionales del sector estar preparados para los retos que plantea la industria turística en la era digital, y contribuirá a la formación de profesionales más capacitados y actualizados, capaces de enfrentar los desafíos del mercado laboral actual y futuro en el sector turístico.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El concepto «competencia» engloba no solo las capacidades requeridas para el ejercicio de una actividad profesional, sino también un conjunto de comportamientos considerados necesarios para el pleno desempeño de la ocupación (ANECA, 2004).

Boyatzis (2008) define a la competencia como una habilidad o destreza que una persona posee. Esta se compone de varios comportamientos que están relacionados entre sí pero que son diferentes y se organizan en base a un constructo subyacente que llama intención. Estos comportamientos son diferentes formas de mostrar la misma intención, dependiendo de la situación o el momento en que se requieran.

Reconocemos la centralidad del enfoque por competencia al observar que los conocimientos generales, profesionales y habilidades deben ir acompañados del trabajo de numerosas y diversas competencias, habilidades, actitudes y valores (Villa y Villa, 2007; Larrán et al., 2013; González-Rodríguez et al., 2013; González et al., 2014; Gallardo y Castilla, 2016; OECD, 2018; Gallardo-Vazquez, 2019). Estas competencias se desarrollarán en las diferentes áreas de aprendizaje, por ejemplo, la capacidad de pensar críticamente se valora y enfatiza en muchos países y áreas de aprendizaje, lo que sugiere que estas competencias son altamente transferibles en la mayoría de las áreas de aprendizaje (OECD, 2021).

De esta forma, se plantea en las competencias una visión más holística que específica donde se destacan conceptos como aprender a aprender en contraposición a un aprendizaje para una situación o actividad particular (Carvajal, París, 2015). Observamos entonces que la educación por competencias se constituye, en buena medida, para resolver limitantes del enfoque de educación por objetivos.

Se denominan **competencias genéricas** a las transversales, que son transferibles a multitud de funciones y tareas. Se trata de competencias comunes a la mayoría de las profesiones y relacionadas con la puesta en práctica de aptitudes, rasgos de personalidad, conocimientos y valores adquiridos. Se requieren en diversas áreas de ocupación y son transferibles de unas actividades de un sector a otras. Levy-Leboyer (2003) las define como rutinas de comportamiento que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada.

Según el proyecto Libro Blanco de ANECA (2004), las competencias genéricas se agrupan en tres categorías: instrumentales, personales y sistémicas. Todas ellas hacen referencia a la formación de un universitario en sentido genérico. Por su parte, se denominan **competencias específicas** aquellas que están relacionadas directamente con una ocupación concreta.

En 2018, el Consejo de la Unión Europea definió las **competencias digitales** como aquellas que “implican el uso seguro, crítico y responsable de las tecnologías digitales para el aprendizaje, el trabajo y la participación en la sociedad, y el compromiso con ellas”.

La “competencia digital” se ha convertido en un concepto clave a la hora de debatir qué tipo de profesional forman las universidades, es decir con qué habilidades y niveles de comprensión respecto de lo “digital” desempeñan sus actividades profesionales. El

aspecto digital de una competencia suele verse como una habilidad discreta, lo que implica que no siempre este aspecto viene fijado por las Tecnologías de la Información. Esto es así, dado que la competencia digital cubre también la gestión de la información, la colaboración, la comunicación y el intercambio, la creación de contenido y conocimiento, la ética y la responsabilidad, la evaluación y resolución de problemas y las operaciones técnicas (Ferrari, 2012).

En particular, el sector turístico se caracteriza por el uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la prestación de servicios y por atender a un mercado de consumidores altamente dependiente de estas tecnologías para buscar y adquirir las mejores opciones de servicios y destinos turísticos. Ante esta situación, es necesario contar con personas capacitadas en tecnologías para desarrollar contenidos digitales y productos turísticos, operar modelos de negocios mediados por plataformas digitales e implementar estrategias de marketing digital (Reichstein y Härting, 2018).

En el turismo, así como en otros sectores de relevancia económica, la competencia digital es un requisito fundamental para lograr la innovación (Van Laar et al., 2017). A medida que avanza la digitalización en el campo del turismo, cambian los procesos de gestión en las organizaciones, los destinos y la fuerza laboral, así como las necesidades de los turistas y residentes (Marques et al., 2017).

Se hace indispensable conocer la incidencia de la formación profesional sobre la adquisición de las competencias digitales en estudiantes de turismo, así como orientar los saberes que deben adquirir para enfrentar los avances tecnológicos, al mismo tiempo de desenvolverse en escenarios reales de trabajo. El proceso de formación incide en la adquisición y aplicación de competencias digitales de los futuros profesionales del turismo y su consecuente adaptación al contexto laboral (Arango Morales et al., 2020).

METODOLOGÍA

En este Paper de Investigación se realizó un relevamiento a través de trabajo de campo presencial y virtual, del 25/10 al 23/11 de 2021, en el que se encuestó a 1428 personas mediante un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y semicerradas de tipo online y presencial. El objetivo fue recabar datos sobre las competencias y habilidades presentes y futuras de los Profesionales y Trabajadores del Sector Turístico de Argentina. Para el muestreo se utilizó un enfoque aleatorio sistemático, ajustado por cuotas de edad, género y regiones de las provincias argentinas, lo que proporciona un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Luego de analizar la información, se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) para ponderar las distintas competencias mencionadas en una variable llamada Competencias Disruptivas. Esta variable representa las habilidades que se consideran necesarias por parte de los profesionales y trabajadores para enfrentar exitosamente la inserción de los próximos trabajos, según la perspectiva del mercado laboral del futuro.

El modelo de análisis de ecuaciones estructurales es el resultado de la evolución y conjunción de varias aproximaciones metodológicas desarrolladas por diversas disciplinas, como la sociología, psicología y economía (Joreskog y Sorbom, 1979). Estos modelos tratan de integrar simultáneamente una serie de ecuaciones de regresión múltiple diferentes, pero interdependientes, ya que las variables que son dependientes en una

ecuación pueden desempeñar a su vez el papel de independientes en otras dentro del mismo modelo (Browne, 1982).

Los resultados del análisis factorial confirmatorio indicaron que el modelo propuesto tenía un buen ajuste a los datos, con un CFI de 0,95, un IFI de 0,95 y un RMSEA de 0,045. Además, se encontró que todas las relaciones entre las variables eran significativas ($p < 0,05$). En conclusión, el modelo SEM propuesto proporciona una representación adecuada de las relaciones entre las competencias convencionales y las competencias digitales y su relación con las competencias disruptivas.

Una vez que se estimó el modelo, se buscó saber si se ajustaba al modelo real. Un ajuste perfecto se da cuando hay una correspondencia total entre la matriz producida por el modelo y la matriz de observaciones (Bollen, 1989). No se encontraron estimaciones infractoras (Hair, 2018) o coeficientes estimados en el modelo de medida que excedieran los límites aceptables.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En conclusión, se puede afirmar que la dimensión "Competencias Disruptivas" (CDISRU), construida a partir de la combinación de las competencias transversales o convencionales y las competencias digitales, prepara a los profesionales del sector para fortalecer sus probabilidades de éxito laboral en un contexto de singularidad tecnológica.

Por otro lado, si bien solo poseer competencias digitales también contribuye a enfrentar estos desafíos, estas tienen un índice de regresión de solo el 47%, lo que demuestra la importancia de incorporar también las competencias convencionales en la formación de los trabajadores del futuro.

Finalmente, es necesario destacar que adquirir las Competencias Disruptivas son las que pueden contribuir y aumentarán las probabilidades significativamente a enfrentar los riesgos y desafíos de las nuevas tecnologías en el futuro laboral, con un índice de regresión que alcanza el 88% e impacta sobre las tecnologías que modificarán la forma de trabajar en el sector. En este sentido, es esencial que los profesionales y trabajadores del sector adquieran estas competencias disruptivas para asegurar su éxito en un mercado laboral cada vez más competitivo, incierto y escaso de oportunidades convencionales y vínculos líquidos.

BIBLIOGRAFÍA

- ANECA - Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (2004). *Título de Grado en Turismo. Libro Blanco*. Madrid: ANECA.
- Arango Morales, A. J., Delgado, A. & Tamayo, A. L. (2020). Digital competence of tourism students: Explanatory power of professional training. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education* 10(1), 310-326
- Bollen, K. (1989). *Structural equations with latent variables*, John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of management development*, 27(1), 5-12. <https://doi.org/10.1108/02621710810840730>
- Browne, M. (1982). Covariance Structures, en D.M. Hawkins (ed.), *Topics in applied multivariate analysis*, pp. 72-141. Cambridge University Press.

- Carvajal, E., & París, A. (2015). Competencias y objetivos. Un enfoque mixto para el Programa de Matemática I EAC-UCV. *Revista de Investigación*, 39(86), 107–130.
- Consejo de la Unión Europea (2018). Recomendación del Consejo, de 22 de mayo de 2018, relativa a las competencias clave para el aprendizaje permanente. Diario Oficial de la Unión Europea, 22.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334. USA.
- Gallardo Vázquez, D. & Castilla Polo, F. (2016). *Percepción de competencias transversales en torno a la Responsabilidad Social. Una visión desde la Universidad*. Trabajo presentado a las XXVI Jornadas Luso Españolas de Gestión Científica. Idanha-a-Nova, 3 a 6 de Febrero, Portugal.
- González González, J.M., Arquero Montaña, J.L. & Hassall, T. (2014). Consolidación de la formación por competencias en la Universidad Española: estudio de un caso. *Educación XXI*, 17(2), 145-168. <https://doi.org/10.5944/educxx1.17.2.11483>
- González-Rodríguez, M.R., Díaz-Fernández, M.C. & Simonetti, B. (2013). Corporate social responsibilities perceptions: an approximation through Spanish university students' values. *Quality and Quantity*, 47, 2379-2398.
- Echeverría, B. (2002). Gestión de la competencia de acción profesional. *Revista de Investigación Educativa*, 20(1), 7-43.
- Ferrari, A. (2012). *Digital competence in practice: An analysis of frameworks*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Haidt, J. & Lukianoff (2018). *The Coddling of the American Mind*. Editorial Penguin Books.
- Hair, J., Babin, B., Black, W. & Anderson R. (2018). *Multivariate Data Analysis*. pp. 665-686. Cengage Learning EMEA.
- Joreskog, K. & Sorbom, D. (1979). *Advances in factor analysis and structural equations models*, Abt Books, Cambridge.
- Larrán Jorge, M. & Andrades-Peña, F.J. (2013). Frenos y aceleradores para la implantación de la Responsabilidad Social en las Universidades Españolas. *Prisma Social, Revista de Investigación Social*, 10, 233-270
- Lévy-Leboyer, C. (2003). *Gestión de las competencias*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Marques, L. & Borba, C. (2017) Co-creating the city: Digital technology and creative tourism. *Tourism Management Perspectives* 24, 86–93.
- OECD (2018). *The future of education and skills, Education 2030*, OECD Publishing, Paris.
- OECD (2021). *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World*, PISA, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/a83d84cb-en>
- Reichstein, C. & Härting, R.C. (2018). Potentials of changing customer needs in a digital world—A conceptual model and recommendations for action in tourism. *Procedia Computer Science*, 126, 1484–1494.
- Van Laar, E., Van Deursen, A.J.A.M., Van Dijk, J.A.G.M. & de Haan, J. (2017). The relation between 21st-century skills and digital skills: A systematic literature review. *Computers in Human Behavior*, 72, 577–588.
- Villa Sánchez, A. & Villa Leicea, O. (2007). El aprendizaje basado en competencias y el desarrollo de la dimensión social en las Universidades. *Educación*, 40, 15-48.

Mesa de Trabajo N°15: Gestión, Marketing y Digitalización del Turismo

EMPRESAS DE VIAJES Y TURISMO. TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA Y ORGANIZACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Tottino Laura I.

Universidad Metropolitana para la Educación y el Trabajo. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Universidad de Buenos Aires

RESUMEN

En países en desarrollo como es Argentina, a partir de los años noventa, el turismo, en alianza con el capital financiero e inmobiliario internacional, comienza una etapa de mayor expansión a escala global, con el fin de incrementar su rentabilidad. Esta alianza forma parte de un proceso de liberación de las economías que se origina luego de la crisis de fines de la década del sesenta y que logra generalizarse mediante programas que asumen los organismos internacionales, especialmente la Organización Mundial del Comercio (en adelante OMC), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial. Estos programas surgen de las negociaciones y los tratados comerciales y de inversión que tienen como fin profundizar el libre movimiento de capitales y bienes y servicios a escala global, con el objeto de contrarrestar la tendencia al deterioro de la tasa de ganancia. En este sentido, en los noventa la política económica argentina responde a la demanda internacional del capital desde las privatizaciones y la desregulación de la economía, hasta la libre circulación de capitales (Gambina , García , Borzel y Crivelli; 2005:391-392).

En el periodo de estudio (1995-2018), el crecimiento relativo del sector de servicios frente al sector industrial contribuye a explicar parte de la dinámica de acumulación y valorización que van asumiendo los servicios en general y los turísticos en particular en Argentina. Dicha dinámica de acumulación, siguiendo a Schenkel y Almeida García (2015) se manifiesta en el prefordismo, mediante la empresa familiar (el pequeño hotel familiar), la comercialización limitada y la promoción turística basada en la información turística directa. Luego, en el fordismo, con el turismo de masas, fenómeno creado por las grandes compañías áreas, cadenas hoteleras y tour-operadores. Este periodo se caracteriza por la producción en masa de bienes y servicios estandarizados para reducir sus costos unitarios de producción, donde la economía de escala y la concentración industrial juegan un papel fundamental. Y por último, la autora observa que el turismo argentino entra en una etapa posfordista.

Si bien acuerdo con que existe una transición en el turismo argentino que se puede relacionar a las etapas organizativas de cada época, es importante resaltar que por tratarse de un país en desarrollo todavía se observen ingredientes de tipo fordista. En este sentido, es posible decir que a partir de la década del '90, el turismo comienza a entrar en una etapa posfordista por su oferta segmentada y diversificada, mediante una producción flexible y la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (en adelante TIC) al proceso de trabajo de los servicios. A pesar de ello, logran permanecer muchas de las formas turísticas fordistas expresada en el turismo social y masivo que consumen aún hoy grandes sectores de la sociedad. Dicha dinámica de acumulación se acentúa mediante la nueva forma de comercialización electrónica, sobre

todo en la Ciudad de Buenos Aires, que es la que presenta la mayor concentración de empresas de servicios turísticos con relación al resto del país.

Para una mejor delimitación del objeto de estudio, esta tesis se centra en las agencias de viajes de la Ciudad de Buenos Aires. A pesar de la denominación que ostentan, es necesario decir que “para poder desarrollar sus operaciones, toda agencia de viajes tiene que constituirse en empresa, y ajustarse a las normas y los procedimientos establecidos por el país en el cual se constituya (...) las cuales, como es lógico varían de un país a otro” (Acerenza; 1990:31). En Argentina, tienen que ser categorizadas según lo dicta el decreto 2182/72 reglamentario de la Ley de Agentes de Viajes como EVT (Empresas de Viajes y Turismo), AT (Agencia de Turismo), AP (Agencia de Pasajes). En la actualidad se observa que dicha categorización resulta poco práctica porque la mayoría se da el alta como EVT y no cumple muchas de sus funciones. Es importante resaltar que una agencia de viajes no es una simple oficina emisora de boletos, sino que es una empresa compleja, con múltiples funciones donde se produce y comercializa al igual que en cualquier otro tipo de empresa.

Según datos del Registro de Agencias de Viajes del Ministerio de Turismo de la Nación, se observa que la cantidad de agencias de viajes en Argentina crece de manera constante desde el año 1998 (3666) al 2019 (5620), totalizando un incremento del 53,3% en dicho período. También se puede advertir que desde el año 2003 las agencias crecían en términos netos⁷⁰ a un ritmo de 250 agencias cada dos años, hasta el año 2011. A partir de ese año, y hasta 2017, se observa que la creación de agencias de viajes aumenta a pesar de que disminuye la velocidad de crecimiento: en 2016 y 2017 se contabilizan 5319 y 5338 agencias de viajes respectivamente. Finalmente, en el año 2018, año de corte del periodo de estudio de la tesis, se contabilizan 5059⁷¹ agencias de viajes (Anuario OEA.TUR: 2018).

En este caso, al identificar y desagregar los datos primarios del periodo de estudio (1995-2018), se observa que se produce un marcado crecimiento de las empresas de viajes en la Ciudad de Buenos Aires: el 59% de todas las empresas de viajes relevadas en CABA (13) que surgen en la década del 2000, lo hacen en el periodo 2003-2007, el 36% (8) en el 2008 y 2009 y sólo el 5% (1) entre 2000 y 2001. A pesar de que existe evidencia sobre el crecimiento de las agencias de viajes en el periodo de estudio, no se encuentran datos que distingan si dicho incremento refiere a las agencias de viajes tradicionales o de plataformas. Por ello, resultó necesario dar cuenta del año en que se originan las empresas de viajes de plataformas dado que es un fenómeno reciente que lleva un poco más de una década establecidas en la Ciudad de Buenos Aires. Conforme a ello, al analizar la fecha de surgimiento de cada una de las empresas relevadas en la Ciudad de Buenos Aires según sus categorías, se observa que las empresas de viajes.com surgen en el periodo 2003-2007 (50%), manteniendo un crecimiento constante en 2008-2009 (50%).

Ahora bien, con el objetivo de describir y analizar la organización de cada una de las agencias de viajes, la tesis se propone saber en qué medida las nuevas tecnologías de la información y comunicación influyen en la relación social trabajo/turismo, produciendo transformaciones en los diseños organizativos, en los espacios de trabajo y; en la interacción con el cliente y los proveedores de servicios, transformando la propia organización. Porque el problema que aparece en relación con estas empresas en la

⁷⁰ Es importante tener presente se hace referencia a la cantidad de empresas de viajes en términos netos, porque constantemente se crean nuevas empresas de viajes y se cierran muchas de ellas. De esto último, se observa la existencia de vacancia.

⁷¹ Se aclara que agencias de viajes dato de 2018 no puede tomarse como válido por los inconvenientes producidos durante la implementación de cambios en los procesos de alta y baja en el Registro Nacional de Agencias de Viajes de la Secretaría de Gobierno de Turismo.

Ciudad de Buenos Aires y en el país es que la apertura que se produce en el espacio virtual como canal para comerciar no se acompaña de instrumentos de regulación acorde a los cambios, que permita identificar y contabilizar todas las emergentes organizaciones que producen, comercian y demandan personas para trabajar de forma virtual. Además, tampoco se cuenta con desarrollos tecnológicos propios, buena infraestructura y soporte de Internet en el país.

las primeras décadas del siglo XXI permiten advertir que los avances tecnológicos y el uso de Internet en el mercado de servicio turístico acentúan un proceso de desterritorialización de muchas de sus economías y de organizaciones que trabajan para satisfacer necesidades que tienen origen en la fantasía de viajar y ser un/a turista. Así es como mediante el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, el espacio se vuelve productivo y las mercancías se extienden globalmente a diferentes campos de servicios como el turístico. En el caso del turismo, Internet permite viajar o moverse mediante la red, pero también posibilita trabajar, producir, comerciar y generar mayores volúmenes de ganancias. Por estos motivos, en esta propuesta la delimitación temporal está marcada por la década en que se introduce y se distribuye Internet en Argentina (1995) hasta 2018, porque se considera que es relevante cubrir un hueco teórico y empírico de estudios laborales en el campo del turismo. En particular se analizan organizaciones de empresas de viajes y turismo que operan en una red global de interacción que trasciende las fronteras nacionales. Y la delimitación geográfica del estudio de caso que da vida a esta tesis es la Ciudad de Buenos Aires (en adelante CABA), que a partir de la década de 1990 se convierte en un espacio estratégico para el capital global, donde se producen múltiples procesos de globalización que adquieren un carácter concreto y localizado. Al tiempo que expresa la transición hacia un nuevo modo de desarrollo social e informacional.

En este contexto, la pregunta inicial que guía la tesis es: ¿en qué medida la transformación tecnológica incide en la organización del trabajo de las agencias de viajes y turismo de la Ciudad de Buenos Aires? Porque si bien el avance y el desarrollo de la tecnología no es un aspecto completamente nuevo, lo que cambia en el periodo de estudio es, por un lado, la intensidad, la complejidad y el alcance global de las redes de Internet y, por el otro, el uso social de las redes sociales y la mayor posibilidad de gestionar el servicio de forma personal, desde un celular o computadora personal. Metodológicamente, se responde a la pregunta mediante dos tradiciones de investigación cualitativas, el estudio de caso y la teoría fundamentada (TF).

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, Miguel Angel (1990), *Agencias de viajes. Organización y operación*. México: Trillas

Gambina, Julio C. et al. (2005), “Liberalización de la economía argentina: ¿ruptura o continuidad?”, en *La economía mundial y América Latina*, Buenos Aires: Clacso.

OEA.TUR ANUARIO (2018) *Observatorio Económico de Agencias de Viajes de la República Argentina*. Recuperado en <https://bit.ly/3jIZrHP>

OIT (2010[1919]), “Constitución de la Organización Internacional de Trabajo. Ginebra: OIT” Recuperado de <https://bit.ly/3kWgsPW>

OIT (2008), “Propuestas para una Política de Trabajo decente y Productivo para la Juventud. Argentina”, Lima: Oficina Regional para América latina y el Caribe, en *Observatorio Turístico de la Ciudad de Buenos Aires, 2004-2011* Viernes 15 de Julio, 2011, 10:59. <https://bit.ly/2HUor1i>

Schenkel, Érica y Almeida García, Fernando (2015), “La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina”, *Perfiles Latinoamericanos*, vol. 23, (46) 197-221. Recuperado en <https://bit.ly/35NCWMN>

Tottino, Laura (2015), *¿Más Trabajo, Mejor Trabajo? El Caso de Los Trabajadores y Las Trabajadoras de Las Agencias de Viajes de Ciudad de Buenos Aires*. (Tesis inédita de maestría (Ciencias Sociales del Trabajo). Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. <https://bit.ly/3kWrX3u>

Mesa de Trabajo N°15: Gestión, Marketing y Digitalización del Turismo

OPORTUNIDADES DEL TURISMO INTELIGENTE PARA CONTRIBUIR A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Diez Alberdi Ane Miren.

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata/Centro de Estudios de Administración, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

Izquierdo Silvia Irene, Vega Mosqueira Karen Nicole, Vicente Joaquín.

Centro de Estudios en Administración, Facultad de Ciencias Económicas, CONICET, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

RESUMEN

Si bien el turismo es una actividad capaz de generar beneficios, el modelo actualmente predominante ha sido responsable de efectos negativos sobre las localidades anfitrionas, quedando en evidencia la necesidad de generar estructuras y prácticas productivas más responsables y sostenibles. En este marco, se propone una revisión de iniciativas de turismo inteligente y su potencial contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030, incluyendo cinco objetivos en particular: fin de la pobreza; energía asequible y no contaminante; trabajo decente y crecimiento económico; ciudades y comunidades sostenibles; y producción y consumo responsables. El trabajo identifica experiencias, en el marco del turismo inteligente, que resultaron exitosas por su contribución con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, y propone reflexiones al respecto. Se concluye que el turismo inteligente no debe ser visto como un fin en sí mismo, sino como un enfoque con potencialidad para contribuir al logro de dichos objetivos.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad capaz de generar una variedad de beneficios, pero también es responsable de externalidades negativas sobre las localidades anfitrionas, tanto a nivel económico, como social y ambiental, quedando en evidencia la necesidad de generar estructuras y prácticas productivas más responsables y sostenibles.

Si bien el turismo es capaz de generar beneficios, el modelo actualmente predominante ha sido responsable de una diversidad de efectos negativos sobre las localidades anfitrionas, tanto a nivel económico, como social y ambiental, quedando en evidencia la necesidad de generar estructuras y prácticas productivas más responsables y sostenibles. Dicho desafío requiere procesos de cambio, que incluyan estrategias a largo plazo diseñadas desde una perspectiva transversal e integradora. A partir de ello, se propone una revisión bibliográfica sistemática en torno a iniciativas en el marco del turismo inteligente, y un análisis de su potencial contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ODS). Para ello se seleccionan particularmente cinco ODS a los cuales las iniciativas de turismo inteligente podrían contribuir: 1) Fin de la pobreza; 7) Energía asequible y no contaminante; 8) Trabajo decente y crecimiento económico; 11) Ciudades y comunidades sostenibles; 12) Producción y consumo responsables.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El modelo de desarrollo turístico predominante se ha basado en la explotación de los recursos naturales y culturales, en algunos casos sin tener en cuenta su conservación y preservación a largo plazo. Esto ha llevado a una sobrecarga en ciertos destinos turísticos y ha generado problemas como la contaminación, la degradación del patrimonio cultural y la gentrificación de ciertas áreas (CEPAL, 2020). Hay una creciente necesidad de cambiar este modelo de desarrollo hacia uno que sea más sostenible y responsable en términos ambientales, sociales y culturales (Bertoni, 2008).

La pandemia de COVID-19 ha demostrado que, al amenazar la biodiversidad, la humanidad amenaza su propia supervivencia. Si bien se están realizando grandes esfuerzos para proteger la biodiversidad y los ecosistemas, es necesario hacer mucho más para poner la salud del planeta en el centro de todos los planes y políticas (ONU, 2021). El mundo enfrenta hoy la necesidad de cambiar su estilo de desarrollo, que se ha vuelto insostenible. Existe una búsqueda de un nuevo estilo de desarrollo y una nueva agenda de políticas cuya relevancia y urgencia han sido confirmadas por la evolución reciente de la economía internacional y, en particular, de la región (CEPAL, 2016).

Bertoni (2008) plantea que el reconocimiento de los ejes básicos del desarrollo sostenible, referidos al turismo, genera la necesidad de concebir la sostenibilidad como un proceso de cambio que requiere del diseño y la aplicación de metodologías integradoras, que incluyan técnicas de gestión ambiental, consideren estrategias a largo plazo e introduzcan al turismo dentro de un modelo de desarrollo sostenible con objetivos de continuidad.

López Sanchez *et al.* (2022), reconocen que, a nivel mundial hace falta un necesario cambio de paradigma hacia un nuevo modelo turístico basado en un crecimiento inteligente y sostenible. Ivars-Baidal *et al.* (2017) identifican campos de la gestión turística en los que es posible generar mejoras sustanciales a partir de soluciones basadas en las tecnologías vinculadas con el Destino Turístico Inteligente (DTI).

Un DTI es aquel que implementa exitosamente la “inteligencia”, la cual es fomentada por la innovación abierta, apoyada por la inversión en capital humano y social, y sostenida por la gobernanza participativa, para desarrollar la competitividad colectiva de los destinos y para mejorar la prosperidad ambiental, económica y social para todos los actores involucrados (Buhalis, 2015).

Los ODS abordan los desafíos globales actuales, incluida la pobreza, la desigualdad, el cambio climático, la degradación ambiental, la paz y la justicia (ONU, 2015). Se puntualiza a continuación la vinculación identificada entre cada uno de los ODS seleccionados a los fines del presente trabajo con el turismo.

Considerando el ODS “**Fin de la pobreza**”, la OMT (2022) considera que el desarrollo del turismo sostenible y su impacto a nivel comunitario puede vincularse con las metas de este objetivo, propiciando el empoderamiento de los grupos menos favorecidos, en particular los jóvenes y las mujeres. Así, el turismo podría contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población local (López Sánchez *et al.*, 2022).

Respecto del ODS “**Energía asequible y no contaminante**”, desde el siglo XIX, las actividades humanas han sido el principal motor del cambio climático, debido principalmente a la quema de combustibles fósiles (ONU, 2022). El turismo es responsable de alrededor del 8% de las emisiones antropogénicas (Becken, 2019). No obstante, la OMT (2022) asegura que el turismo puede acelerar el cambio hacia una mayor participación de las energías renovables. Al promover inversiones en fuentes de energía limpia, el turismo puede ayudar a reducir los gases de efecto invernadero, mitigar el cambio climático y contribuir al acceso de todos a la energía.

El sector turístico necesita adoptar modos de consumo y producción sostenibles acelerando el cambio hacia la sostenibilidad (OMT, 2022) que contribuyan al ODS **“Producción y consumo responsables”**. Esto implica desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles (ONU, 2022). Flensburg (2019) reconoce barreras en la transición hacia pautas de consumo eficientes, siendo una de ellas de índole socio-ambiental vinculada a los turistas y las prácticas que realizan en el alojamiento en relación a la energía. López-Gamero *et al.* (2022) enfatizan en la relevancia de considerar la igualdad de género, el apoyo al desarrollo comunitario local, la evaluación del impacto social y la promoción activa del respeto por la cultura y el idioma del destino.

Según la OMT (2022), el turismo es uno de los cuatro principales generadores de ingresos por exportaciones a nivel mundial y proporciona uno de cada diez puestos de trabajo en el mundo, dando cuenta de una vinculación con el ODS **“Trabajo decente y crecimiento económico”**. No obstante, Rydzik y Kisson (2021) reconocen a la precarización laboral como principal problemática del sector, con trabajos de baja calificación, predominio de informalidad y limitado compromiso del empleador para con los trabajadores. Los autores advierten que la automatización inteligente no regulada corre el riesgo de alejar al sector turístico de la mejora de las condiciones laborales de los trabajadores desfavorecidos, lo que hace que los ideales del ODS 8 sean menos alcanzables al reforzar las desigualdades sociales existentes e impactar en el compromiso del sector de apoyar a las comunidades locales y mantener los medios de vida de los trabajadores.

En referencia al ODS **“Ciudades y comunidades sostenibles”**, según la ONU (2022), las ciudades y áreas metropolitanas son centros vitales del crecimiento económico y contribuyen al 60% aproximadamente del PBI mundial. Sin embargo, advierte que son las ciudades las que representan alrededor del 70% de las emisiones de carbono y más del 60% de los recursos. La rápida urbanización trae aparejados asentamientos periféricos que conllevan grandes conglomeraciones de pobreza, enfermedades y marginalidad (Secretaría General Iberoamericana y Basque Culinary Center, 2022). Stanojevic (2020) manifiesta que la ciudad inteligente, por definición, utiliza datos para mejorar la calidad de vida de sus residentes, impulsar la eficiencia y crear un entorno fértil para organizaciones en crecimiento. En sinergia, la OMT (2022) argumenta que el turismo es capaz de promover la infraestructura urbana y la accesibilidad, así como la preservación del patrimonio cultural y natural.

METODOLOGÍA

Para el presente artículo, se realizó en primer lugar una búsqueda sistemática en bases de datos como Scopus y Google Académico, con las palabras clave: *tourism + smart + SDG*. Además, se complementó con búsquedas en Scielo, Dialnet, utilizando las palabras clave: *turismo + inteligencia + ODS*. Se revisaron sitios web de organismos internacionales y revistas especializadas de turismo como CONDET, Aportes y Transferencias, Ayana, Cuadernos de Turismo. Se seleccionaron los artículos más relevantes y fueron sistematizados en dos tablas, una de ellas con los aportes de cada autor en relación con los ODS seleccionados y la otra sobre las iniciativas de turismo inteligente vinculados con la agenda 2030.

Posteriormente, se analizaron los artículos seleccionados, y se reflexionó en torno a las oportunidades que las iniciativas de turismo inteligente halladas podrían representar para avanzar en el logro de los ODS seleccionados.

RESULTADOS OBTENIDOS Y DISCUSIÓN

La revisión realizada permitió identificar ejemplos concretos de iniciativas de turismo inteligente que se orientan al logro de los ODS, cumpliendo con el objetivo del artículo. Dado el límite de extensión del presente resumen, se presentan los principales casos de contribución exitosa identificados.

Estudios de caso llevados a cabo en las favelas de Brasil y en la Malasia Rural demostraron la importancia de las tecnologías digitales para apoyar a las pymes de turismo en contextos de desarrollo (Sonuç, 2020). En Puerto Vallarta, México; se propuso la intervención del municipio brindando servicios y fomentando una forma de economía colaborativa a través de la tecnología, valorándose las posibilidades de un plan estratégico para alcanzar la sostenibilidad (López Sanchez *et al.*, 2022). La cooperación triangular entre los países de Alemania, Costa Rica y Túnez materializada en el Proyecto Consolidación y Fomento del Turismo Sostenible es otra de las iniciativas, en la que el financiamiento y la creación de capacidades de aprendizaje sobre prácticas sostenibles, sirvieron como una fuente de revitalización del sector turístico tunecino (Castello, 2021). Por otro lado, se pudieron reconocer casos donde se impulsa y proporciona a la comunidad habilidades educativas y de empleo, como el caso de la Treasure Beach Destination Management Organization de Jamaica; que implementó un proyecto piloto de “Comunidad Inteligente” con el objetivo de evaluar las tecnologías digitales para ampliar la diferenciación, mejorar la prestación de servicios y contribuir a la sostenibilidad en contextos de turismo comunitario, en pos de una contribución significativa para mejorar la inclusión y recibir un impulso económico. Por otro lado, también se implementó el “Proyecto de Mapeo Comunitario 2015” con el objetivo de combinar datos de gobierno abierto con datos de mapeo de colaboración colectiva para permitir un desarrollo más participativo de un producto de turismo comunitario (McNaughton, Rao & Verma, 2020)

Otro ejemplo de iniciativa fue la colaboración entre Ministerio de Turismo de India y el Instituto Indio de Turismo y Gestión de Viajes, la cual, ante el déficit de profesionales en el sector turismo, impulsó la formación a través de cursos de capacitación de guías en línea y otras actividades (IITF, 2021).

En España, se apostó por el modelo de DTI, basado en cinco grandes ejes de actuación: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad (Fernández Alcantaud y García Moreno, 2022). En línea, se identifican casos de iniciativas en la ciudad de Himachal Pradesh, India, donde se implementaron calles inteligentes y en pos de disminuir el riesgo al conducir, se han desarrollado sistemas de iluminación inteligente-sensorial que se caracterizan por ajustar la iluminación según el movimiento de los vehículos (Sharma, 2022).

Para finalizar, en Dubai se invirtió en la realización de un parque solar de más de 50 km; para avanzar hacia el objetivo de convertirse en el centro urbano con la menor huella de carbono del mundo para el año 2050 (Stanojevic, 2020). En dicho país la empresa hotelera “Jumeirah Group” ha implementado una estrategia diferenciadora sobre las adquisiciones ecológicas para el desarrollo de la actividad y además ofrece igualdad de oportunidades de empleo, buscando activamente aumentar el número de mujeres y ciudadanos de los Emiratos Árabes Unidos que emplea de acuerdo con la política de emiratización implementada por este país.

A partir del recorrido de las distintas experiencias analizadas en el marco de turismo inteligente, se evidencian oportunidades en torno al potencial que pueden tener sus herramientas para contribuir con los ODS en dimensiones como: la generación de empleos, la promoción de diversidad cultural, la protección del medio ambiente, y el

fomento de una cultura de aprendizaje y adaptación al cambio, respondiendo a los desafíos planteados para un urgente cambio de paradigma hacia la sostenibilidad (López Sanchez *et al.*, 2022; CEPAL, 2020; Bertoni, 2008).

Algunas cuestiones para futuros debates podrían abordar análisis comparativos del resultado de las iniciativas en función del contexto en que se aplican y los sistemas de gobernanza en los que se enmarcan.

Otra cuestión a estudiar sería el desarrollo de instrumentos que permitan medir el grado de contribución que cada iniciativa realiza al cumplimiento de determinados ODS, para poder proponer vías de mejora, comparación entre distintas experiencias, y sistematización de las experiencias que puedan guiar su aplicación en otros contextos.

BIBLIOGRAFÍA

Becken, S. (2019). Decarbonising tourism: mission impossible? *Tourism Recreation Research*, 44(4), 419-433.

Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Cuadernos de Geografía*, 17, 155-163.

Buhalis, D. (2015) Working Definitions of Smartness and Smart Tourism Destination, Buhalis Blog. 10 February 2015.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2016). Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/notas/conferencia-horizontes-2030-la-igualdad-centro-desarrollo-sostenible-desafios-paises-mercosur>

Comisión Para América Latina y el Caribe. (2020, 19 mayo). *La única opción estratégica en el mediano plazo para mitigar los efectos del COVID-19 en la región es avanzar hacia un nuevo modelo de desarrollo a través de una mayor integración*. Recuperado de: <https://www.cepal.org/es/comunicados/la-unica-opcion-estrategica-mediano-plazo-mitigar-efectos-covid-19-la-region-es-avanzar>

Fernández Alcantud, A. & García Moreno, B. (2022). Smart tourism destinations: The backbone of tourism recovery. *Smart Tourism*, 3(2).

Flensburg, K.I. (2020). Hacia la construcción de la pirámide energética: desafíos en los alojamientos turísticos de la provincia de Buenos Aires, Argentina. *Aportes y Transferencias*, 18(1), 9-37.

Instituto Distrital de Turismo. (2020). *Bogotá, es un Destino Turístico Inteligente*. Alcaldía mayor de Bogotá BC. Recuperado de <https://www.idt.gov.co/es/destino-turistico-inteligente>

Ivars-Baidal, J., Celdrán-Bernabeu, M., Mazón & Ángel, J, Perles-Ivars, F. (2017). Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? *Current Issues in Tourism*. 22(13), 1581-1600.

López Sanchez, J. A., Espinoza Sánchez, R. & Peña Casillas, C. S. (2022). Desarrollo de la Gig Economy en el Turismo dentro de Puerto Vallarta, México. *MEROPE*, 3.

López-Gamero, M. D., Pereira-Moliner, J., Molina-Azorín, J. F., Tarí, J. J. & Pertusa-Ortega, E. M. (2022). Sostenibilidad y desempeño en la industria hotelera: el papel mediador de las ventajas competitivas. *Cuadernos de Turismo*, 49, 105-130.

McNaughton, M., Rao, L. & Verma, S. (2020). Building smart communities for sustainable development: *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(3), 337-352.

Rydzik, A. & Kissoon, C. S. (2021). Decent work and tourism workers in the age of intelligent automation and digital surveillance. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(12).

Sharma, S. (2022). Smart Tourism - A Solution for Tourism Challenges in Himachal. *Journal of Smart Tourism*, 2(2), 21-32.

SONUÇ, N. (2020). Conformity of Hospitality Services to SDGs Related to Accessibility and Technology. *Advanced Series in Management*, 119-136.

Stanojevic, S. (2020). Embracing sustainability in the drive from ordinary to outstanding: case examples from Emirates, Jumeirah and Rotana. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(5), 575-586.

Organización de las Naciones Unidas (2015). Recuperado de:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

Organización de las Naciones Unidas (2021). Recuperado de:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Tourism for SDGs – Welcome To The Tourism For SDGs Platform! (s. f.). Recuperado de: <https://tourism4sdgs.org/> [2022]

United Nations. (s. f.). *¿Qué es el cambio climático? | Naciones Unidas*. Recuperado de: <https://www.un.org/es/climatechange/what-is-climate-change> [2022]

Mesa de Trabajo N°15: Gestión, Marketing y Digitalización del Turismo

EXPERIENCIAS DE DOCENCIA Y/O EXTENSIÓN

LA PUBLICIDAD TURÍSTICA DIGITAL CON PERSPECTIVA DE GÉNERO. EXTENSIÓN UNIVERSITARIA PARA UNA COMUNICACIÓN INCLUSIVA

Gutauskas F. Andrea, Zanfardini Marina, Zanfardini Lucía, Gatica Walter.
Facultad de Turismo, Centro Universitario Regional Zona Atlántica, Universidad Nacional del Comahue

Palabras clave: perspectiva de género, comunicación, publicidad turística digital, extensión

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La equidad de género es una preocupación prioritaria en la agenda de los territorios turísticos y la Organización Mundial de Turismo lo reconoce al considerarla como el 5to. Objetivo de Desarrollo Sostenible. La necesidad de reflexionar y actuar en torno a esta problemática motiva la puesta en marcha de acciones concretas que tiendan a erradicar tratos discriminatorios o estigmatizantes dentro de la actividad turística.

La comunicación entre destinos y turistas es fundamental para la gestión de los territorios turísticos. Se conoce que esta comunicación se da cada vez más mediada por Internet, sobre todo a partir de la crisis provocada por el COVID que aceleró la digitalización en los territorios turísticos (Telam, 2022). Pero, además de ser mayormente digital, es necesario revisar su posicionamiento frente a los desafíos que la sociedad actual exige en cuanto a su contenido y lenguaje. Un lenguaje que sea sensible al género y que tienda a una mayor inclusión.

La publicidad, como una de las herramientas de la comunicación persuasiva, es uno de los actores más potentes en el proceso de la producción de la cultura de la sociedad contemporánea (Codeluppi, 2007), transmitiendo concepciones sobre estilos de vida y propuestas sobre cómo mirar, comportarse y consumir. Una publicidad responsable se preocupa por evitar lenguaje verbal y no verbal que reproduzca estereotipos de género. En este sentido la Cámara Argentina de Anunciantes ha publicado recientemente su adhesión a estos valores compartiendo la "Guía para una mejor representación de hombres y mujeres en la publicidad" de la *Word Federation of Advertisers* (WFA, 2018).. En tal sentido, recientemente el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación presentó el Sello Igualdad, una herramienta del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT), que tiene como propósito promover buenas prácticas para la igualdad y eliminar la violencia por motivos de género dentro de las organizaciones turísticas (Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación, 2021). La publicidad turística con sensibilidad de género está contemplada como una de las pautas para su otorgamiento.

La transición hacia este nuevo paradigma de comunicación publicitaria, digital e inclusiva, requiere de una reflexión profunda en torno a prácticas y discursos muy arraigados en el imaginario social que se naturalizan y reproducen: mandatos construidos históricamente que atribuyen espacios, roles y tareas diferenciadas para mujeres y

varones, estereotipos que discriminan o niegan la diversidad y pluralidad de maneras de ser y estar, colectivos sociales estigmatizados o invisibilizados de la escena pública por su condición de género.

La preocupación de sensibilizar sobre esta temática surge a propósito del encuentro entre disciplinas, con un equipo que aporta y pone en tensión miradas desde el marketing, la lingüística, el turismo, las artes plásticas y la comunicación digital.

Como marco teórico, se toman conceptos referidos a la publicidad, el mensaje publicitario y los medios digitales de comunicación que se desarrollan a continuación.

La publicidad es el envío de un mensaje comercial a través de medios masivos de comunicación. Tiene tres características básicas: (a) utiliza medios de comunicación masivos, (b) el mensaje es elaborado unilateralmente por la empresa u organización turística y (c) tiene objetivos comerciales concretos: informar y persuadir. La planificación y la acción publicitaria se desarrolla en dos fases: el desarrollo del mensaje publicitario, en primer lugar, y la planificación de los medios y soportes donde será insertado para llegar al mercado potencial (Ballina-Ballina, 2017).

El desarrollo de los mensajes publicitarios implica el uso del lenguaje, una herramienta de comunicación adquirida a través de un proceso activo de construcción significativa. Como tal, es un inventario de signos utilizados por seres inteligentes para construir mensajes coherentes (Martínez, 2000). En la producción del mensaje, se halla presente la creatividad del hablante en su afán de resolver el problema de hallar los signos que mejor se adecuen al contenido que desea transmitir. El uso del lenguaje por parte de los hablantes es profundamente creativo, es decir, considera que los individuos utilizan el lenguaje tal como lo hacen porque, como seres inteligentes, son capaces de recrear las posibilidades que les brinda la lengua (Zanfardini, L., 2019). El lenguaje inclusivo es un fenómeno que puede explicarse como una muestra más de ese uso creativo y como expresión del dinamismo intrínseco de la lengua (García, 1995) puesto que, como explica Angelita Martínez: “surgió como la necesidad de comunicarse mediante un lenguaje libre de palabras, frases o tonos que reflejen visiones prejuiciosas, estereotipadas y mediante expresiones que eviten la discriminación de personas o grupos” (2019: 187).

En cuanto a los medios de comunicación en los que se inserta la publicidad turística, los digitales son los más utilizados en el sector. Según un estudio, presentado por Hosteltur (2019) Facebook, Instagram y Youtube son las plataformas que más eligen las empresas turísticas y oficinas de turismo cuando se trata de hacer publicidad en redes sociales. A través de estos medios, se facilita la comunicación, permitiendo una conexión más directa con los públicos objetivo, permitiendo además la medición en tiempo real de cada una de las acciones empleadas (Yi Min Shum Xie, 2019). Cada red social es preferida por diferentes grupos de internautas (Kotler, Kartajaya y Setiawan, 2021) y cada plataforma tiene un lenguaje digital que la caracteriza (hashtag, iconos, enlaces o sintaxis propias) (García Orosa y López, 2019).

El proyecto de extensión que presentamos, denominado “Publicidad turística digital con perspectiva de Género: hacia una comunicación más inclusiva” se propone generar un espacio para la reflexión y la capacitación en torno a la publicidad turística con perspectiva de género. Surge a propósito del encuentro entre disciplinas, con un equipo que aporta y pone en tensión miradas desde el marketing, la lingüística, el turismo, las artes visuales y la comunicación digital.

Hasta el momento de esta presentación, las instituciones participantes han sido la Facultad de Turismo, con participación de docentes, estudiantes de grado y posgrado, y personal administrativo; el Centro Universitario Regional Zona Atlántica (CURZA - UNCo) con la participación docente; todos y todas como organizadores de este trabajo de extensión. Se ha sumado a las actividades propuestas al Ministerio de Turismo y la Subsecretaría de

Turismo del Gobierno de la provincia del Neuquén, la Secretaría de Turismo y Desarrollo Social del Municipio de Neuquén Capital y la Secretaría de Turismo de la Municipalidad de San Martín de los Andes.

Los destinatarios y destinatarias de este proyecto son: prestadores turísticos y personal de organismos oficiales de turismo, medios de comunicación especializados en turismo, comunidad en general, especialmente de las provincias de Río Negro y Neuquén. Aunque se ha llegado a personal y trabajadores/as del sector turístico a nivel nacional.

Se está trabajando en dos líneas de vinculación con el medio: (1) talleres de sensibilización presenciales y mediados por tecnología en vinculación con organismos públicos y sus programas de capacitación; y (2) una guía sobre buenas prácticas en la publicidad turística digital, que servirá como material educativo y didáctico con ejemplos concretos que surjan de los intercambios realizados en los talleres.

En este evento académico se presentarán los avances realizados por el equipo hasta el momento.

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

Se considera una experiencia sumamente enriquecedora desde el punto de vista del encuentro efectivo de disciplinas, las reuniones y talleres han sido un intercambio y amalgamamiento de teorías relacionadas a la comunicación, la semiótica, la publicidad, el marketing y el turismo. Se han realizados tres talleres: uno virtual, con participación de 50 personas de distintas localizaciones de Argentina; y dos presenciales: uno en Neuquén Capital con 38 asistentes principalmente con residencia en la zona aledaña y uno en San Martín de los Andes -provincia del Neuquén- con la participación de 15, principalmente de esa localidad.

Con estos talleres se busca concientizar a diferentes actores de la actividad turística sobre la

importancia de la publicidad digital como espacio de reproducción de estereotipos de género y mejorar sus habilidades comunicacionales en medios digitales con perspectiva de género.

Al ser un tema novedoso y con escasa bibliografía al respecto, la primera etapa fue la búsqueda de antecedentes. Tras conformar un corpus bibliográfico y de casos, el equipo se encuentra abocado a desarrollar un documento educativo y de difusión que propicie una publicidad inclusiva.

Todas las actividades desarrolladas están orientadas a concluir en un producto específico como la “Guía digital para una comunicación turística sensible al género”, en concordancia con los objetivos planteados anteriormente.

PRINCIPALES LECCIONES/CONCLUSIONES

Como conclusión hasta el momento se puede hacer un balance muy positivo del avance del proyecto, ya que se llevan realizadas todas las actividades planteadas según cronograma.

Por otro lado, el encuentro de disciplinas ha sido sumamente enriquecedor, se han diagramado los talleres con saberes de la comunicación y publicidad turística, de la semiótica y el análisis de imágenes y de la lingüística. Los mismos han tenido mucha participación y han despertado gran interés, especialmente entre quienes se dedican a la comunicación turística.

Como equipo de trabajo, creemos que tanto estos talleres como la guía que se está gestando con aportes de los mencionados talleres, son un punto de partida fundamental

en pos de una comunicación turística con perspectiva de género que colabore en la visibilización de todas las personas por igual.

BIBLIOGRAFÍA

- Ballina Ballina, F. (2017). Marketing turístico aplicado. ESIC, 288 páginas
- Codeluppi, V. (2007). El papel social de la publicidad. PENSAR LA PUBLICIDAD, vol.1, n.1, pág. 149 - 155
- García Orosa, B. & López, X. (2019). El lenguaje en redes sociales como estrategia comunicativa: administraciones públicas, partidos políticos y organizaciones civiles. *Communication & Society*, 32(1), 107-125.
- Hosteltur (2019). Redes sociales preferidas por el turismo para el marketing digital. Disponible en: https://www.hosteltur.com/127669_redes-sociales-preferidas-por-el-turismo-para-el-marketing-digital.html
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0. Tecnología para la humanidad. LID Editorial.
- Martínez, A. (2000). Etnopragmática: una propuesta teórico-metodológica. Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <https://filologiaunlp.files.wordpress.com/2012/01/7319490-angelita-martinez-etnopragmatica.pdf>
- Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación (2021). Sello Igualdad. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes/sistema-argentino-de-calidad-turistica/sello-igualdad>
- Telam (2022). La crisis del coronavirus acelera la digitalización del sector turístico. Disponible en: <https://www.telam.com.ar/notas/202005/462858-la-crisis-del-coronavirus-acelera-la-digitalizacion-del-sector-turistico.html>
- Zanfardini, L. (2019). Variación en la autorreferencia singular en el discurso de Cristina Fernández y de Hugo Chávez. Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/86930/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1
- Xie, Y. M. S. (2019). Marketing Digital. Navegando en aguas digitales. Sumérgete conmigo ([edition unavailable]). Ediciones de la U. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/1621577/marketing-digital-navegando-en-aguas-digitales-sumrgete-conmigo-pdf> (Original work published 2019)

Mesa de Trabajo N°15: Gestión, Marketing y Digitalización del Turismo

CAPACITACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS SOBRE MARKETING RELACIONAL Y DIGITAL PARA PERSONAS RELACIONADAS CON EL TURISMO EN CAPIOVÍ, PROVINCIA DE MISIONES

Garcete Fausto Fabián, Castells Claudia María, Dieckow Liliana María, Balustra Carlos, De Luca Anabella.

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Misiones

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Este proyecto de extensión fue aprobado por Res. HCD N°360/2022 de la FHyCS- UNaM y se desarrolló durante el segundo semestre del año 2022. El mismo consistió en la promoción, participación, el debate y los consensos entre los distintos actores y gestores del turismo de la localidad de Capioví, provincia de Misiones, por medio de la transferencia de conocimientos a partir de la capacitación, para la mejora de la atención en turismo y su comercialización en el Municipio, valiéndose de recursos proporcionados por tecnologías de la información y comunicación. También se trabajó el análisis de aportes de las nuevas tecnologías de la información en el escenario legal y económico, su implementación para el logro de experiencias turísticas satisfactorias.

En este sentido, debe destacarse que si bien Capioví es un municipio pequeño a la vera de la ruta nacional N°12, tiene bastante trayectoria en turismo desde la conformación de la “Región de las flores” (proyecto de turismo rural regional) a los “decorados de Navidad” con decorados y eventos relacionados a esta festividad y los decorados en Pascuas. Históricamente es conocida por su salto Capioví y su urbanización muy cuidada y limpia con jardines y parques.

TRAYECTO E INSTITUCIONES PARTICIPANTES

En función de la demanda tanto de la Dirección de Turismo Municipal, como también de la Intendencia de Capioví de capacitación turística y actualización tecnológica, surge la necesidad de vincular la universidad con su medio y hacer transferencia de conocimientos, destrezas y habilidades en la atención al turista. Por tal motivo, se propone este proyecto de extensión, cuyos ejes centrales son el marketing relacional y digital, las nuevas tecnologías aplicadas al turismo, protocolo y ceremonial y las oportunidades de negocios para emprendedores.

El equipo de extensionistas estuvo conformado por 6 docentes de distintas áreas de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNaM: Claudia Castells (Guía de turismo), Liliana Dieckow y Anabella de Luca (Lic. en turismo), Carlos Balustra y Fausto Garcete (docentes del área de Informática) y además participaron como extensionistas los docentes Aldo Maciel y Fernando Gutiérrez (Licenciados en turismo).

Asimismo, colaboraron la Intendencia y personal de la Dirección de Turismo de la Municipalidad de Capioví, Misiones.

Se concretaron 6 talleres de capacitación, la actividad de mystery shopper y la actividad final de Phillips 66.

Beneficiarios y alcance

Los beneficiarios han sido:

- Los Propietarios de establecimientos relacionados de forma directa e indirecta con el turismo en Capioví.
- Los recursos humanos prestadores de servicios turísticos directos e indirectos de turismo del municipio de Capioví.
- Los Funcionarios y empleados municipales del área de turismo de Capioví.
- Los Emprendedores de turismo de Capioví.
- Los Artesanos de Capioví.

En total han participado 25 asistentes, entre empresarios turísticos del sector hotelero y gastronómico, artesanos, funcionarios, y emprendedores de turismo.

El alcance espacial fue del Municipio de Capioví y se han sumado algunos artesanos de municipios vecinos como las localidades de Ruiz de Montoya y Oro verde.

Actividades desarrolladas

Se desarrollaron distintas actividades, desde Mystery shopper, reuniones bajo modalidad de taller los días sábados de 9 a 12 hs en Capioví y un taller de cierre.

- 1) “Mystery shopper”, donde se realizó un diagnóstico de atención al cliente, de los distintos prestadores de servicios turísticos
- 2) Instancia de nivelación sobre marketing para prestadores de servicios.
- 3) Capacitación del uso de herramientas colaborativas de google.
- 4) Capacitación en el uso de Redes Sociales y Gestores de Contenidos Dinámicos con el fin de promover productos y servicios
- 5) Capacitación en herramientas SEO de google con el objetivo de lograr posicionamientos orgánicos.
- 6) Capacitación sobre nuevas tecnologías para ventas y formas de pago/cobro en plataformas digitales. Marketing digital
- 7) Capacitación sobre Protocolo y Ceremonial de atención al turista.
- 8) Capacitación sobre inversiones para emprendedores y creación de nuevas unidades de negocios en turismo.
- 9) Taller debate de cierre entre los actores locales del turismo (Phillips 66)

Aspectos relevantes en la experiencia

Como primera instancia debe destacarse que en los talleres se desarrollaron pequeños intervalos entre instancias teóricas basadas en el diálogo con los participantes, ejercitando en grupos vinculados con el destino turístico Capioví, haciendo el ejercicio de intercambio de ideas y conocimientos.

Los participantes demostraron interés y participación por los temas abordados. En todo momento, teniendo presente la formalidad académica, se empleó lenguaje coloquial y distendido.

Motivó en gran manera a los participantes la ejecución del proyecto debido que se llevó a cabo en vísperas a la fecha de las “fiestas de la Navidad”, celebración importante del

año en la localidad y de interés provincial, en la cual las temáticas como el marketing digital y el protocolo son muy relevantes.

Se destaca la asistencia casi perfecta, la participación activa y el interés demostrado por las personas en las diferentes capacitaciones. Así también el uso de las herramientas y recomendaciones proporcionadas por los extensionistas, han sido de gran utilidad al momento de ser aplicadas.

En relación a ello, desde la gestión municipal destacaron que luego de los talleres, una empresa hotelera, los artesanos y los empleados municipales han incorporado elementos de marketing digital y de protocolo a sus actividades habituales.

CONCLUSIONES

La articulación entre los Municipios que tienen necesidades de capacitación y actualización y por el otro lado, la Universidad que necesita del contacto y vinculación con el medio para generar conocimientos y difundirlos, han sido elementos relevantes en esta experiencia y que se ha alcanzado satisfactoriamente.

Desde la gestión municipal destacan la inquietud por conocer los avances en cuanto a herramientas de marketing digital como de las tendencias en turismo y lo relacionado al ceremonial y protocolo son temáticas que requieren de actualización permanente debido a sus cambios constantes.

La experiencia ha sido evaluada como muy satisfactoria, tanto para los participantes, para la gestión turística Municipal, como para el equipo de extensionistas.

En función de estos resultados y la convocatoria alcanzada, se prevé en un futuro dar continuidad con otras actividades entre este municipio o posiblemente con varios municipios de esta región de la provincia de Misiones con la Universidad.

MESA DE TRABAJO 16

Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



CONDET



Mesa de Trabajo N°16: Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

CAPITAL SOCIAL Y TURISMO: ACTUALIZACIÓN DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN ORIENTADO AL DESARROLLO TURÍSTICO EN BASE COMUNITARIA

Jaime Rodríguez Camila Belén, Cacciutto Mariangel.

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar Del Plata

Palabras claves: turismo - capital social - turismo en base comunitaria - estado de la cuestión

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el estudio del capital social reviste gran interés en tanto brinda a la perspectiva del desarrollo una visión más amplia respecto a la dimensión económica predominante, concediendo importancia a factores culturales tales como el “sentido de pertenencia, la identificación con propósitos colectivos y la necesidad de crear lazos de solidaridad” (Barbini, 2008, p. 67).

El estudio del binomio capital social-turismo ha sido abordado desde una multiplicidad de miradas, y en este sentido existen estados de la cuestión elaborados en diversos contextos espaciales y temporales. Es así como la presente ponencia busca contribuir a la actualización de este debate, orientado a propuestas de desarrollo en base comunitaria. Para ello, en principio, se exponen brevemente los estados de la cuestión acerca del binomio localizados en bases de datos especializadas.

En primer lugar, Cacciutto (2010) plantea el carácter novedoso de la inclusión de las comunidades receptoras en investigaciones del campo turístico, como componente humano y artífice de los procesos de desarrollo local, en tanto el enfoque predominante posee una mirada economicista. En este marco, manifiesta la importancia del análisis del capital social respecto a su influencia en la actividad turística y el desarrollo local, para lo cual lleva adelante un análisis de producción académica en la materia, analizando sus enfoques y orientaciones. A su vez, aporta propuestas para futuras investigaciones en turismo donde se busque estudiar el capital social de comunidades locales y la factibilidad de encarar proyectos turísticos en los que estas se vean involucradas.

Por su parte, Ramírez Hernández *et. al.* (2019a) en la actualización del estado del arte del binomio, afirma que el vínculo capital social-turismo tiene lugar en los procesos sociales de las comunidades y resalta su complejidad de abordaje ya que ambos conceptos parten de distintas bases teóricas y metodológicas. A lo mencionado anteriormente, adiciona que la literatura estudia al binomio desde diferentes perspectivas de análisis y plantea que muchas veces se excluyen actores con injerencia en la actividad (ej. turistas), lo cual genera análisis parciales y que exista un menosprecio del potencial del turismo como agente de cambio en las sociedades locales.

Es importante resaltar que Cacciutto (2010) reconoce la necesidad de alcanzar una definición común respecto al capital social en relación a su aplicación en el turismo a fin de que los estudios puedan partir de una base teórico metodológica consensuada, similar reflexión aparece en Ramírez Hernández *et. al.* (2019a).

Por último, Membiela-Pollán *et al.* (2019) en su estado del arte analiza el capital social en sus dimensiones estructural y cognitiva, entendiéndolo como un factor que permite el correcto desarrollo del turismo comunitario, y como una infraestructura social para las redes comunitarias, cuya inexistencia afecta a la eficiencia de procesos como la gestión de recursos y el ordenamiento ambiental y patrimonial.

A partir de la breve exposición de estados del arte precedentes, la presente ponencia busca contribuir a su actualización, con la particularidad de darle orientación hacia la problemática del turismo en entornos rurales. Finalmente, en función de lo anterior, se presenta un caso de estudio en curso, vinculado al análisis del capital social de productores agroecológicos de Chapadmalal (Provincia de Buenos Aires) con el fin de diagnosticar condiciones socioculturales para la generación de iniciativas de gestión turística en base local.

METODOLOGÍA

En primer lugar, se realizó una búsqueda en bases de datos académicas, a partir de las palabras claves turismo y capital social. Asimismo, se le solicitó al Centro de Documentación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (UNMDP) que acudiera a bases de datos especializadas para llevar adelante la búsqueda de las entradas: capital social, turismo y agricultura. Estas búsquedas se realizaron en marzo de 2023. De la lectura preliminar fueron seleccionadas diez producciones científicas.

En segunda instancia, se elaboró una matriz de datos desde *Google Sheets* donde se plasmaron, en principio, aspectos contextuales a los textos (Abela, 2002) incluyendo: autor/es, título, lugar de procedencia, tipo de producción y tipo de publicación. Luego, la matriz fue enriquecida con los resultados de un análisis de contenido cualitativo para localizar el enfoque de las investigaciones, las áreas disciplinares intervinientes, los objetivos, la/s unidad/es de análisis, las variables/dimensiones de capital social empleadas, el/los tipo/s de capital social presentes en los casos abordados y la vinculación presentada por los autores respecto del binomio capital social-turismo.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Para el presente estudio se abordaron diez textos dentro de los cuales se encuentran nueve artículos científicos (Alves *et al.*, 2023; Blas-Yañez *et al.*, 2020; Hwang y Stewart, 2017; Khazami y Lakner, 2021; Nugraha *et al.*, 2022; Prat Forga y Cánoves Valiente, 2015; Ramírez Hernández *et al.*, 2019b; Zhou *et al.*, 2021; Zua Nunes y Artur, 2020) y una ponencia (Membiela Pollán *et al.*, 2019), correspondiendo todos a casos empíricos. Respecto al origen de los estudios, el mismo es variado, destacando la predominancia de investigaciones elaboradas en América, seguidas por Asia, Europa y, por último, África. En cuanto al enfoque empleado, se trata de cuatro estudios cualitativos, tres mixtos y tres cuantitativos.

Acerca del marco conceptual del que parten las investigaciones se observa la presencia de áreas disciplinares tales como la economía social, la sociología rural y el turismo; este último a partir de presentar modalidades alternativas vinculadas a la ruralidad, la gestión comunitaria/responsable y el carácter responsable/solidario de la demanda turística. Los paradigmas que orientan las investigaciones son la sostenibilidad y los enfoques referidos al desarrollo local/endógeno/comunitario. Asimismo, se implementa la metodología de análisis de redes para analizar el capital social estructural.

Con respecto a la unidad de análisis, la mayoría de los escritos pone foco en residentes a partir del estudio de comunidades (Hwang y Stewart, 2017) y hogares (Zua Nunes y Artur, 2020) o en forma individual, teniendo en cuenta, entre otros, el rol de líder

comunitario (Zhou *et al.*, 2021), de productor agrícola (Blas-Yañez *et al.*, 2020; Nugraha *et al.*, 2022) y de emprendedor/empresario del sector turístico (Khazami y Lakner, 2021; Ramírez Hernández *et al.*, 2019; Zhou *et al.*, 2021). Además, se contemplan miembros de organizaciones de la sociedad civil vinculadas al turismo en base comunitaria (Alves *et al.*, 2023), así como funcionarios públicos (Blas-Yañez *et al.*, 2020; Ramírez Hernández *et al.*, 2019b; Zhou *et al.*, 2021). No obstante, también se analizan establecimientos de agricultura social (Prat Forga y Cánoves Valiente, 2015) y parroquias (Membiela-Pollán *et al.*, 2019) vinculadas a proyectos turísticos.

En lo que refiere a los objetivos perseguidos por los autores, se observa que muchos se enfocan en generar diagnósticos del capital social, buscando medirlo/comprenderlo en función de cómo afecta al desarrollo del turismo (comunitario/rural/ agroturismo) (Blas-Yañez *et al.*, 2020; Hwang y Stewart, 2017; Khazami y Lakner, 2021; Membiela-Pollán *et al.*, 2019; Nugraha *et al.*, 2022; Prat Forga y Cánoves Valiente, 2015; Zua Nunes y Artur, 2020); aunque también en su relación con la creación de lugares o *placemaking* (Zhou *et al.*, 2021). Por último, cabe destacar que algunos autores investigan los efectos del capital social negativo presentes en un proyecto turístico en base comunitaria (Alves *et al.*, 2023) mientras que otros se abocan a analizar la influencia que posee el turismo en el capital social de actores involucrados en la actividad (Ramírez Hernández *et al.*, 2019b).

Los diagnósticos realizados respecto del capital social se centran en sus dimensiones estructural y cognitiva, planteadas por Uphoff (2000). Si bien algunos autores orientan su estudio específicamente al aspecto estructural, analizando redes sociales (Prat Forga y Cánoves Valiente, 2015), la mayoría aborda ambas dimensiones en conjunto (Zua Nunes y Artur, 2020; Nugraha *et al.*, 2022; Blas-Yañez *et al.*, 2020; Khazami y Lakner, 2021; Hwang y Stewart, 2017; Membiela-Pollán *et al.*, 2019; Ramírez Hernández *et al.*, 2019b). Asimismo, existen autores que analizan el capital social desde categorías diferenciadas. Por un lado, Zhou *et al.* (2021) parten de cinco aspectos a los que identifican como red social personal, apoyo institucional, apertura comunitaria, promoción de la élite y altruismo. Por el otro, Alves *et al.* (2023) abordan el capital social negativo desde cinco categorías: exclusión social de los no miembros, exigencias excesivas a los miembros del grupo, restricciones a la libertad individual y normas niveladoras descendentes (Porter, 2000, como se citó en Alves *et al.*, 2023).

Los casos de estudio dan cuenta de una fuerte presencia de capital social *bonding* (vinculante) y *bridging* (“que tiende puentes”)⁷². Respecto del primero, y en relación a la puesta en marcha de prácticas turísticas y/o agrícolas, se identifica la importancia de los lazos familiares por sobre los externos ya sea a la hora de contratar mano de obra (Zua Nunes y Artur, 2020); acceder a bienes de capital económico (Blas-Yañez *et al.*, 2020); o de fomentar el colectivismo y el desarrollo del turismo, al tener una relación estrecha con los líderes que encaran la actividad (Hwang y Stewart, 2017). Estos casos demuestran lo que plantea Ramírez Hernández *et al.* (2019b): las familias y relaciones de amistad son las que generalmente conforman redes de capital social de alta densidad. En cuanto al capital social de tipo *bridging*, la mayoría de los autores coinciden en la importancia de las interacciones generadas desde la comunidad con agentes del sector público y/o privado, con la universidad, con asociaciones civiles, con otras comunidades locales y con agentes extralocales, para la gestión del turismo en los territorios (Blas-Yañez *et al.*, 2020; Hwang y Stewart, 2017; Membiela-Pollán *et al.*, 2019; Prat Forga y Cánoves

⁷² El capital social de tipo *bonding* alude a aquel que tiende a generar la homogeneidad y reciprocidad en los grupos. Por el contrario, el de tipo *bridging*, se orienta hacia el exterior de los grupos, generando reciprocidades más amplias (Ramírez Plascencia, 2005 como se citó en Barbini, 2008).

Valiente, 2015; Ramírez Hernández *et al.*, 2019b; Zhou *et al.*, 2021). Al respecto, Alves *et al.* (2023) plantean que la falta de este capital social en una asociación de turismo en base comunitaria, supone dificultades a la hora de generar alianzas externas que permitan mejorar el desempeño económico de estos proyectos.

Respecto a la frecuencia de los contactos, esto es, la existencia de capital social fuerte o débil, en los casos de estudio se alude a la presencia de lazos fuertes a partir de estrechas relaciones existentes entre los habitantes, permitiendo compartir objetivos colectivos en torno a la construcción de lugares turísticos rurales (Zhou *et al.*, 2021) o vehicular información referida al turismo en sus comunidades (Hwang y Stewart, 2017). En este sentido, Prat Forga y Cánoves Valiente (2015) plantean que si se posee una red densa, con relaciones sostenidas en el tiempo, se podrá contribuir de mayor manera al desarrollo tanto de la agricultura social como del turismo. Por otro lado, también se identifican lazos débiles no sostenidos en el tiempo y ausencia de plataformas que nucleen trabajadores relacionados con el turismo (Zua Nunes y Artur, 2020), otros estudios dan cuenta de la dificultad para organizar, planificar y ejecutar programas de turismo comunitario (Membiela-Pollán *et al.*, 2019). En el caso presentado en Alves *et al.* (2023), los lazos son debilitados intencionalmente a través de la exclusión de algunos miembros de asociaciones vinculadas con el turismo comunitario.

Finalmente, se desprende de la literatura abordada que el capital social fuerte -que aglutina y a la vez que tiende puentes- así como también las normas, creencias y valores que incorporen aspectos de confianza, reciprocidad y cooperación, favorecerán el desarrollo turístico comunitario. Es menester retomar lo dicho por Membiela-Pollán *et al.* (2019) respecto a que el capital social es fundamental para una gestión del turismo en base comunitaria ya que al ser el capital social un activo que eleva la productividad y la eficiencia, esto repercute en beneficios en concepto de turismo percibidos por las comunidades locales.

El estado de la cuestión presentado es el punto de partida de un estudio enmarcado en una beca de investigación⁷³ cuyo objetivo es analizar el capital social estructural y cognitivo de los productores agroecológicos de Chapadmalal a fin de evaluar condiciones sociales para la generación de propuestas de turismo en base local.

Chapadmalal es un espacio rural urbano (Nogar *et al.*, 2022) litoral con presencia de actividad turística, localizado al sur del Partido de General Pueyrredon (Provincia de Buenos Aires). Una característica a resaltar es que la sociedad local presenta un tejido asociativo denso de organizaciones comunitarias (Cacciutto y Roldán, 2021) al igual que iniciativas estatales, privadas y comunitarias vinculadas al paradigma agroecológico. A partir de entrevistas a referentes de agroecología a nivel Partido, existe un vínculo incipiente entre agroecología y turismo en base a experiencias de voluntariado. Sobre todo, se destaca de estas entrevistas la percepción de una buena disposición de los actores de la agroecología en este territorio para generar propuestas de turismo en base comunitaria.

BIBLIOGRAFÍA

Abela, J. A. (2002). Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada.
Alves, L. de O., Gómez, C. R. P., & Cambrainha, G. M. G. (2023). Nem tudo são flores: o lado obscuro do capital social em uma iniciativa de turismo de base comunitária [No todo son rosas: el lado oscuro del capital social en una iniciativa de turismo comunitario].

⁷³ Periodo 2023-2024. Secretaría de Ciencia y Técnica Universidad Nacional de Mar del Plata.

- Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 15(1), 23-48. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061v15i1p23>
- Barbini, B. (2008). Capital social y desarrollo. Aplicación de indicadores de capital social al ámbito turístico. *Aportes y transferencias*, 12(2), 65-91.
- Blas-Yañez, S., Thomé-Ortiz, H., Espinoza-Ortega, A., y Vizcarra-Bordi, I. (2020). Turismo agroalimentario y bienes de capital: el caso de los productores de pulque en el altiplano central mexicano. *Turismo y Sociedad*, 27, 127-143.
- Cacciutto, M. (2010). La aplicación de la teoría del capital social a los estudios turísticos. *FACES*, 16(34-35), 111-127.
- Cacciutto, M. y Roldán, N.G. (2021). La dimensión sociocultural del desarrollo: posibles abordajes en el campo del turismo. En Orsini, Germán Andrés; Domínguez (Eds.), *Anales XIII Bienal del Coloquio de Transformaciones Territoriales*. (642-647). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Hwang, D., y Stewart, W. P. (2017). Social capital and collective action in rural tourism [Capital social y acción colectiva en el turismo rural]. *Journal of Travel Research*, 56(1), 81-93. <https://doi.org/10.1177/0047287515625128>
- Khazami, N. y Lakner, Z. (2021) Influence of Social Capital, Social Motivation and Functional Competencies of Entrepreneurs on Agritourism Business: Rural Lodges [Influencia del Capital Social, la Motivación Social y las Competencias Funcionales de los Emprendedores en Negocios de Agroturismo: Alojamientos Rurales]. *Sustainability* 13(15), 1-24. <https://doi.org/10.3390/su13158641>
- Membiola-Pollán, M., Sánchez-Amboaze, E., Rodríguez-Vázquez, C., y Ludeña-Reyes, A. P. (2019). Social capital, an “asset” for community tourism in Ecuador [Capital social, un “activo” para el turismo comunitario en Ecuador]. Catorceava Conferencia Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información (CISTI), Coimbra, Portugal.
- Nogar, A. G., Clementi, L. V., Jacinto, G. P. y Valania, M. P. (2022). Espacios rural-urbanos: nuevos territorios de transición energética en Argentina. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 31(1), 38-52. <https://doi.org/10.15446/rcdg.v31n1.88059>
- Nugraha, A. T., Rahmawati, R., Auliah, A., y Prayitno, G. (2022). Farmers' social capital in supporting sustainable agriculture: the case of Pujon Kidul tourism village, Indonesia [Capital social de los agricultores en apoyo de la agricultura sostenible: el caso de la aldea turística de Pujon Kidul, Indonesia]. *Civil Environmental Science Journal*, 5(2), 235-249.
- Ramírez Hernández, O. I., Cruz Jiménez, G., y Serrano Barquín, R. D. C. (2019a). Turismo y capital social: vacíos y oportunidades de investigación (Tourism and Social Capital: Research Opportunities and Gaps). *Turismo y sociedad*, 24, 25-49. <https://doi.org/10.18601/01207555.n24.02>
- Ramírez Hernández, O. I., Cruz Jiménez, G., Vargas Martínez, E. E. y Rodríguez Herrera, I. M. (2019b). Turismo en Teotihuacán y San Martín de Las Pirámides: su influencia en el capital social de los actores locales. *Rosa dos Ventos*, 11(4), 728-753. <https://doi.org/10.18226/21789061.v11i4p728>
- Prat Forga, J. M., y Cánoves Valiente, G. (2015). Las relaciones sociales como elemento de apoyo al desarrollo del turismo en la agricultura social. *PASOS*, 13(3), 551-566. <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/16138>
- Uphoff, N. (2000). Understanding social capital: learning from the analysis and experience of participation [Entender el capital social: aprender del análisis y la experiencia de la participación]. *Social capital: A multifaceted perspective*, 6(2), 215-249.
- Zhou, L., Wall, G., Zhang, D., y Cheng, X. (2021). Tourism and the (re) making of rural places: The cases of two Chinese villages [Turismo y (re)creación de lugares rurales: Los

casos de dos pueblos chinos]. *Tourism Management Perspectives*, 40. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100910>

Zua Nunes, A. A., y Artur, L. J. (2020). Capital social no município de Inhambane em Moçambique e sua relação com a agricultura e o turismo [Capital social en el municipio de Inhambane en Mozambique y su relación con la agricultura y el turismo]. *Geografia Ensino & Pesquisa*, 24(59), 1–30. <https://doi.org/10.5902/2236499442536>

Mesa de Trabajo N°16: Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

EL TURISMO RURAL EN URIBELARREA (PCIA.BS.AS. - ARGENTINA) Y LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS ORIENTADAS AL DESARROLLO LOCAL

Aguirre Pacheco Vanesa Soledad.

Instituto de Humanidades y Ciencias Sociales, Centro de Investigaciones Geográficas, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo “Turismo rural en Urubelarrea (Pcia.Bs.As- Argentina.) y la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo local”, el interés de esta investigación, surge a partir de un recorrido por el Seminario de Problemas de la Geografía Rural (2022), dictado en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Departamento de Geografía.

En las últimas décadas se perciben ciertas transformaciones en los espacios rurales desde la forma de organización y hasta la refuncionalidad de los usos de ellos. La cuestión agraria fue cobrando una nueva entidad en América Latina dentro de los procesos globales acompañados de ajustes estructurales (Teubal, M. 2001). Surge la necesidad de dejar atrás la mirada dicotómica que asocia lo rural a lo atrasado, y observar como surgen los nuevos actores que se van relacionando con los actores tradicionales en diferentes actividades productivas, y la diversificación de ofertas en los espacios rurales como el denominado turismo rural (Castro, H y Arzeno, 2018). Estas interacciones como prácticas de consumo de las nuevas ruralidades están asociadas a la idea de multifuncionalidad del campo. Se encuentran materializadas a partir de políticas públicas que conforman la política turística emanada de un poder público, estableciendo metas, objetivos y herramientas (García, A. 2012), en este caso orientadas a promover el desarrollo local mediante el turismo rural, a partir de la implementación del Programa de Pueblos Turísticos (2009) de la Provincia de Buenos Aires.

Lo que nos lleva a cuestionarnos como se promovió el desarrollo local en Urubelarrea mediante las políticas públicas, cuales son los actores intervinientes y que atractivos turísticos ofrece como destino turístico. Y ante esto nos planteamos los siguientes objetivos:

Objetivo General:

- Describir la implementación de las políticas públicas que impactaron en el desarrollo local mediante la promoción del turismo rural en la localidad de Urubelarrea (Pcia. Bs. As- Argentina), a partir de su incorporación al Programa de Pueblos Turísticos (2009).

Objetivos Específicos:

- Describir las políticas implementadas por el sector público a partir del 2009 en adelante.
- Analizar la incorporación de Uribelarrea al Programa de Pueblos Turísticos (2009)
- Identificar y analizar el rol de cada actor involucrado en la actividad turística en dicha área de estudio.
- Analizar los atractivos turísticos que conforman la oferta turística en Uribelarrea.

MARCO TEORICO DE REFERENCIA

TURISMO RURAL Y NUEVAS RURALIDADES

En Argentina el turismo rural, tuvo la misión revertir el desmantelamiento de políticas universalistas realizadas durante el neoliberalismo. ¿Pero que es el turismo rural? La Organización Mundial del Turismo (OMT), sostiene que es el:

“conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria”. (OMT, 2003:29 mencionado en Velázquez I. F. 2018)

En el turismo rural la experiencia de los visitantes se asocia con diferentes actividades relacionadas al contacto con la naturaleza, a la agricultura, a los modos de vida, tradiciones y cultura rural, gastronomía y sitios de interés, tales como la oferta turística de Uribelarrea.

El Proyecto Nacional de Turismo Rural, conocido como PRONATUR (2008), esboza al turismo rural como aquella modalidad turística recreativa que se desenvuelve en establecimientos rurales o en sus inmediaciones, permitiendo al vecino conmover, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, mediante actividades cotidianas, productivas y culturales, desde la perspectiva del respeto y el valor a la identidad cultural de las costumbres y pueblos rurales. En esta definición se observa la relación que tiene el turismo rural con el desarrollo local.

Mientras que Ernesto Barrera (2006), agrega que el turismo rural tiene que ser autentico, tener una iniciativa y gestión local y una valorización de la cultura local. Afirma que desde la mirada del desarrollo rural los servicios ofrecidos por los propios productores agropecuarios enriquecen y dan la autenticidad al producto final.

Desde la perspectiva de la mirada de las nuevas ruralidades la práctica se transformó junto al uso residencial principal modificador no agrario de los espacios rurales, como se mencionó que es una de las transformaciones que se perciben en los últimos años. Perkins, H (2006) nuevos actores que los encontramos en el espacio productor y de consumo, pero que conviven con los actores tradicionales. (Velazquez Inoue, F.2018). En otras palabras, las nuevas ruralidades, incorporan categorías simbólicas, productivas, normativas y sobre todo espaciales. A partir de las nuevas ruralidades se pueden entender los cambios en los espacios rurales con nuevas construcciones oportunidades, alternativas y nuevas

estrategias de producción. Se puede lograr entender que los espacios rurales en definitiva son el resultado de las vinculaciones entre lo global y lo local. (Nogal, A. 2009). Esas oportunidades, generan nuevas actividades no agrícolas, como es el caso del turismo rural, que complementa la actividad principal de un área específica.

Actualmente, en la provincia de Buenos Aires, existen muchos espacios rurales dedicados a las tareas agropecuarias que fueron incorporando prácticas turísticas, y que por lo general se encuentran ubicados en zonas periurbanas o ruralizadas. Ávila Sánchez (2009), sostiene que la periurbanización es un fenómeno en el que se incorporan nuevos elementos y nuevos roles a los actores que van construyendo esos territorios, por esta razón se lo considera un espacio dinámico donde esos nuevos actores sociales establecen nuevas relaciones mediante prácticas sociales y diversos usos del suelo, como sucede en Uribelarrea.

POLITICAS PUBLICAS EN ARGENTINA

Con la llegada de la globalización, la dominancia de las tecnologías en la agricultura y la intensificación del modelo neoliberal (1990-2001) llevaron a la expulsión de la población y a la decadencia de los espacios rurales. Este cambio productivo tuvo su impacto en diversos pueblos, entre ellos Uribelarrea, proceso que se vio acompañado con el cierre del ferrocarril (Ballo, M.L 2020). y diferentes crisis económicas que azotaron a la provincia de Buenos Aires.

Para que los espacios rurales puedan transformarse en destinos turísticos, deben contar con recursos o también llamados atractivos, servicios de apoyo, infraestructura, capital humano, la imagen y la planificación y gestión del destino, en la que intervienen decisiones públicas-privadas con el objetivo de mejorar la gestión del mismo. La Organización Mundial del Turismo (2004) sostiene que *“la planificación es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad”*.

En Argentina a partir del 2000 se comienza a trabajar en diversas iniciativas orientadas a desarrollar planes, programas y hasta la creación de normas jurídicas sobre el turismo rural con la intención de desplegar estrategias que unifiquen y coordinen la actividad turística en los tres niveles de gestión: nacional, provincial y municipal. De esta manera, así se promovía el crecimiento de los destinos turísticos, la re-valorización paisajística y del campo, nuevas inversiones en infraestructuras, generación de empleos y servicios que aportan al desarrollo económico local. Logrando posicionar al turismo rural como la actividad principal para salir de la crisis en el campo.

En el Provincia de Buenos Aires, a partir del 2008, surge el Programa de Pueblos Turísticos (2009), apoyado financieramente por el Banco de la Provincia de Bs. As., con la colaboración del Centro de Investigaciones territoriales y en concordancia con la ley provincial 1325/04 que impulsa el desarrollo de los pueblos del interior de la provincia y la ley provincial 14209/10 que aborda específicamente el desarrollo del turismo rural. El programa consistía en promover empleo, valorización patrimonial y mejorar la calidad de vida de los habitantes. Se establecía una diferencia entre aquellas localidades sin desarrollo turísticos y las que poseen incipiente desarrollo turístico. También se planifico una serie de subprogramas orientados a la capacitación, a la promoción, entre otras. En un principio solo se incorporó trece pueblos y actualmente 2022 ya son 33 pueblos incorporados, entre ellos: Uribelarrea.

Por otro lado, cabe mencionar que siguiendo los lineamientos de la Ley Nacional de Turismo 25997/04 y la Ley Provincial de Turismo 14209/10 se realizó el Informe

Diagnostico. Plan provincial de turismo rural y periurbano (2021). El objetivo de este informe consiste en analizar la oferta que existe, desarrollar herramientas y planes de trabajo, el fomento del desarrollo rural y pensando al turismo orientado para el beneficio de las comunidades. Expandirse hacia espacios periurbanos debido a la heterogeneidad en los usos del suelo y que muestran potenciales oportunidades para su crecimiento. Este informe se confecciona a partir de cuatro etapas con el fin de consensuar estrategias que ordenen y planifiquen las diversas actividades que se desempeñan en las áreas periurbanas o rururbanas. Algunos de esos lineamientos propuestos fueron:

- El Turismo rural y los espacios periurbanos que promuevan el desarrollo local poniendo énfasis en las comunidades, pueblos rurales y pequeños y medianos productores.
- El Turismo rural y Periurbano que cuenten con la participación de todos los actores.
- El Turismo Rural y Periurbano como generador de nuevas oportunidades laborales, y así impulsar la diversificación de los ingresos económicos de las familias en el ámbito rural y periurbano.

MARCO METODOLÓGICO

La propuesta presenta un abordaje metodológico múltiple, en dos escalas:

- A nivel macro que permitirá establecer la relación del recorte territorial con características del contexto local.
- A nivel micro permitirá establecer y analizar la dinámica de Uribelarrea como Pueblo Turístico.

Fuentes e instrumentos de recolección

Fuentes secundarias a emplear

La investigación a realizar supondrá el análisis de documentación bibliográfica sobre el Turismo Rural en Argentina.

Con relación al área de estudio seleccionada se revisará la información secundaria disponible (documentos municipales y de entidades locales y nacionales que interactúan con el sector, información periodística, y otras).

Fuentes primarias a emplear

Se realizarán entrevistas semi-estructuradas y en profundidad. Las primeras contendrán preguntas cerradas y abiertas. Con relación a las entrevistas a informantes calificados apuntarán a conocer la visión general de los informantes acerca la actividad turística en el área de estudio.

Técnica de análisis de los datos

Con los documentos de los sectores públicos y privados a nivel nacional, provincial y local seleccionados, junto a los de la Organización Mundial de Turismo y los datos a ser relevados mediante entrevistas en profundidad, se efectuará un análisis cualitativo.

CONCLUSIONES

A partir de la investigación realizada hasta el momento podemos decir que Uribelarrea como tuvo un crecimiento exponencial, a partir de su incorporación al Programa de Pueblos Turísticos (2008), junto al continuo acompañamiento brindado por el Municipio de Cañuelas y con el trabajo articulado entre el sector público y los residentes.

Desde el 2009 a la actualidad se han implementado políticas públicas que tuvieron como objetivo el desarrollo local del pueblo desde el financiamiento de proyectos, incorporación a planes, subsidios, reducción de tasas, mejoramiento de servicios e infraestructuras y capacitaciones se ha logrado el incremento de la promoción turística del lugar y de los ingresos económicos a nivel local.

Actualmente, el Municipio de Cañuelas continúa mantiene su política de acompañamiento para que el pueblo de Uribelarrea siga progresando mediante el fomento de las actividades turísticas.

BIBLIOGRAFIA

Ávila, Sánchez, H. (2009). Periurbanización y espacios rurales en la periferia de las ciudades. En revista de Estudios Agrarios. Universidad Autónoma de México. Centro Regional de investigaciones interdisciplinarias, Cuenavaca, Morello. Volumen 15, Numero 41. ISSN 1405-2466.

Bolla, M.L (2020) Turismo Rural en Uribelarrea (Pdo. De Cañuelas): ¿Desarrollo local o el retorno a estrategias tradicionales? Tesis de Licenciatura en Geografía. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

Castro, H (2018) Lo rural en cuestión: perspectiva y debates sobre un concepto clave, en Castro, H. y Arzeno, M. (coord.) (2018) Lo rural en redefinición. Aproximaciones y estrategias desde la Geografía. Buenos Aires: Biblos. Cap.1, pp. 19- 42.

García, A. (2012) Algunas consideraciones recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/discover?query=alejandra+garcia+algunas+consideraciones+so+bre+la+actividad+turistica&submit=&rpp=10> [consultado el 23 de marzo de 2023]

Nogar, A.G. (2006) Multifuncionalidad rural. Un análisis desde la nueva ruralidad. Agroindustrias y Turismo rural. Estudio de caso en Tandil. 2006. Tesis doctoral en Geografía. Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.

Teubal, M. (2001) Globalización y nueva ruralidad en América Latina. En Giarraca, N. (comp.) ¿Una nueva ruralidad en América Latina? Buenos Aires: CLACSO. pp 45-65

Walter, P. et al () La Política Nacional de Argentina y el Desarrollo del Turismo Rural” extraído de la página web [file:///C:/Users/PC/Desktop/SeRURAL/INTA_CIEP_Walter_P_Politica_nacional_Argentina_desarrollo_turismo%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/PC/Desktop/SeRURAL/INTA_CIEP_Walter_P_Politica_nacional_Argentina_desarrollo_turismo%20(3).pdf)

Velazquez, I.F (2018) La valorización turística del campo, en Castro, H y Arzeno, M. (coord.) (2018) Lo rural en redefinición. Aproximaciones y estrategias desde la Geografía. Buenos Aires: Biblos. Cap 10, pp. 253

Mesa de Trabajo N°16: Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

MODALIDADES PARTICIPATIVAS EN EL PROGRAMA PUEBLOS TURÍSTICOS: DEBATES SOBRE PARTICIPACIÓN LOCAL EN EL TURISMO COMUNITARIO A PARTIR DE UN ESTUDIO DE CASO

Bonanno Flavio Adrián.

Centro de Investigaciones en Turismo, Universidad Provincial de Ezeiza

INTRODUCCIÓN

En el marco de la gobernanza y la gestión pública en nuestro contexto nacional, la participación ciudadana ha ido adquiriendo presencia en la elaboración y diseño de diversidad de políticas públicas. En el turismo no hubo excepción: durante las últimas décadas se asiste a iniciativas de política turística que buscan la participación de los actores vinculados con las dinámicas sociales en las que se busca intervenir. En el caso de esta actividad, lo participativo se cruza con modalidades turísticas que también cobraron fuerza en las últimas décadas como el *turismo comunitario*, que apuesta a la creación de instancias participativas entre actores denominados *locales*, allí donde se desarrolla. En Argentina hay numerosos intentos de incentivar modalidades participativas y muchas de ellas asociadas al turismo comunitario: una es el *Programa Pueblos Turísticos (PPT)*, implementado en la provincia de Buenos Aires desde el año 2008.

Esta ponencia, que sintetiza los resultados de una investigación doctoral previa⁷⁴, expone las relaciones que establece el estado con otros actores en el contexto de ejecución de una política participativa en turismo comunitario. Por sus características y propósitos, esta modalidad supone formas de participación de las poblaciones que habitan los lugares en que se lleva a cabo, en un proceso que se desarrolla para tal fin. Así, se pone atención en cómo los actores locales –asumidos a priori por el PPT como una “comunidad”- participan en la gestión turística local, y si estas formas naturalizan o resignifican los supuestos esgrimidos desde el Estado en relación con ciertas definiciones existentes sobre turismo comunitario.

Para dar con este propósito, me valgo del estudio del PPT y su intervención en tres localidades específicas: Carlos Keen, Saldungaray y Uribelarrea. Motiva a este trabajo poder exponer cómo una comunidad local adquiere un rol “participativo”, así como qué modelos de gestión se configuran en ese proceso, en relación con los intereses y posibles conflictos que pudiera suscitar la administración de supuestos beneficios.

- *Preguntas: ¿Qué características reúnen ciertos actores locales para participar en el modelo de gestión turística local? ¿Cómo aparecen las dimensiones participativas asociadas a este programa, en lo discursivo como en el accionar concreto? ¿Cómo esto se manifiesta en diferentes localidades en que se implementó? ¿Qué tipo de relaciones se*

⁷⁴ *Comunidad y comunidades turísticas: actores emergentes y modalidades participativas en el Programa Pueblos Turísticos de la Provincia de Buenos Aires (2008 – 2020)*. Tesis para aplicar al grado de Doctor en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (calificación “Sobresaliente”, marzo de 2023).

establecen entre estos y el Estado, y qué tipo de reinversiones en lo local potencian formas de gestión participativa?

- *Objetivo:* Analizar los procesos de implementación del programa Pueblos Turísticos, entre los años 2008 y 2020, en las localidades de Carlos Keen, Uribelarrea y Saldungaray, indagando en las formas de participación que adquieren distintos actores locales en las diferentes instancias del programa, y exponiendo las distintas formas de gestión que adquiere la modalidad comunitaria en los distintos lugares de estudio.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Si trazáramos una revisión histórica reciente de antecedentes orientados al fomento de la actividad turística comunitaria -“Pueblos que laten”, “RedTurs”, “Pueblos Mágicos”, “Ley de Promoción de Pequeñas Localidades 13.251/04”, “Pueblos Turísticos”-, hallaríamos algunas líneas que hablan de un modelo basado en la participación protagónica de los habitantes de un territorio dentro de la actividad, orientada por la perspectiva e intereses de esos actores (Blackstock, 2005; Maldonado 2005 y 2006; de la Torre, 2010; Bonanno, 2023). Esta propuesta surge como alternativa a la idea de turismo “masivo” o “fordista”, vinculada con un desarrollo corporativo, que se vale de los recursos y condiciones generados por el Estado, y cuya gestión se centraliza en una convergencia entre el sector gubernamental y grandes actores privados, con propósitos de lucro (Bertoncello, 2002; Capanegra, 2006; Salazar, 2012). Así, la modalidad comunitaria se distingue de otras posibles por el tipo de actores que integra en su gestión.

Por otro lado, este tipo de turismo supone propósitos de desarrollo local -en clave social, cultural y económica- en relación con las necesidades e intereses de dichos actores: los habitantes en los lugares involucrados (Blackstock, 2005; Maldonado, 2005 y 2006; de la Torre, 2010; Salazar, 2012). A diferencia del turismo masivo, no supone grandes flujos de turistas y capitales, sino un desarrollo estrictamente planificado en relación con las capacidades del lugar, y orientado a la resolución de conflictos puntuales en contextos, generalmente, de pequeñas localidades rurales o no urbanas, en donde el turismo se propone diversificar la actividad productiva de estas zonas, generar puestos de trabajo alternativo y revalorizar el patrimonio local (Santana Talavera, 2002; Aguilar Criado et al, 2003; Barrera, 2006). En relación con estas propuestas es que la participación local, entendida como la integración de actores que manifiestan cierta relación con el entorno -por residencia, procedencia o involucramiento-, adquiere relevancia: son esos actores, más allá del Estado y de actores económicos puntuales, quienes tomarían decisiones dentro de los espacios de gestión, procurando posiciones desde las cuales orienten la estrategia de desarrollo turístico hacia sus intereses y los de quienes habitan el lugar (García Cuesta, 1996; Barrera 2006; Perkins, 2006). De todas formas, siendo este tipo de procesos gestados, generalmente, a partir de políticas públicas concretas, se identifica como actor central al Estado en su carácter de planificador – promotor de la política participativa (Capanegra, 2006; Kuper et. al, 2010).

La retórica que envuelve al turismo comunitario se vale, entonces, de dos componentes clave: uno en virtud del entorno en que suele desarrollarse, y otro en relación con el tipo de gestión que supone. Por un lado, “lo local” como construcción simbólica ligada al territorio y sus habitantes, sobre lo que las políticas de desarrollo -como las turísticas- consolidan una idea de identidad y pertenencia asociada a los lugares, que dota de sentido la participación de “actores locales” (Barros, 2000, Bonanno, 2023). Por otro lado, la idea de locales como actores centrales en la gestión de la actividad, aunque en la práctica se

verifiquen momentos de centralidad en las políticas promotoras y en el estado que las promulga (Blackstock, 2005; Cáceres y Troncoso, 2015; Bonanno, 2023).

En la tradición o perspectiva “comunitaria”, y ante la imposibilidad lógica de que la totalidad de una población local participe de la actividad, existe todo un debate sobre cómo garantizar una participación local representativa y legítima, hacia adentro, y verdaderamente protagónica, en relación con las relaciones que se establecen, principalmente, con un Estado planificador y promotor (Blackstock, 2005; Cáceres y Troncoso, 2015; Bonanno, 2023). Revisando algunos antecedentes, se observa que estas propuestas, mayormente, adquieren las características de un modelo de gestión centralizado en el Estado, donde los agentes públicos resultan ser, finalmente, los actores centrales en la planificación de la actividad (Kuper et. al, 2010), reproduciendo una idea de lo comunitario idealizada y unívoca, basada en una participación relativa de los residentes locales, en la que difícilmente la comunidad o comunidades adquieran protagonismo dentro de su desarrollo local (Blackstock, 2005; Cáceres y Troncoso, 2015; Bonanno, 2023). En la práctica, estos actores locales terminan resultando complementarios -aunque necesarios, en la medida que legitiman una política que se presenta como participativa-, dentro de una modalidad que reviste ciertas características burocráticas: programas y proyectos sostenidos en el tiempo por necesidades políticas, que generan resultados modestos (Kúper, 2010; Salazar, 2012, Schenkel, 2015).

En ese contexto, este trabajo se pregunta por una posible transición desde *estrategias centralizadas* en el estado hacia *estrategias participativas*, que reinventen las propuestas iniciales. Así pude observar, en algunas de las localidades participantes del PPT, una serie de actores con condiciones y características distintivas que, como actores locales emergentes, lograron redefinir ciertas relaciones con el estado provincial, y generar formas de gestión participativas dentro del programa, las que marcan un claro contraste con otras formas centralizadas, que ameritan el análisis aquí desarrollado.

METODOLOGÍA

Mediante un diseño metodológico cualitativo, basado en un “estudio de caso”, llevo a cabo un análisis crítico sobre la implementación de Pueblos Turísticos. Esta ponencia analiza las formas que tomó su implementación en tres localidades no urbanas: Carlos Keen, Uribelarrea y Saldungaray. La elección de estas localidades se justifica en las diferencias que adquirió el programa en su implementación. En efecto, a partir de un abordaje preliminar fue posible advertir que en cada una de ellas los actores que tomaron preeminencia con una participación activa de la implementación del programa variaban.

Para la generación de información empírica de tipo primaria, sobre la implementación del programa, se realizaron entrevistas personales en profundidad a actores que formaron parte de las instancias de implementación del PTT (funcionarios públicos que diseñaron y promulgaron esta política, y algunos de los actores considerados locales participantes en las localidades mencionadas). Para las fuentes secundarias selecciono fuentes documentales de diversa índole, relacionadas con el marco normativo, el diseño y la ejecución del PPT, y desarrollo un análisis de contenido sobre estas.

Asimismo, se definieron instancias de observación en estas localidades, en las que se observó el proceso o algunas de sus partes en ejecución, las organizaciones, productos y servicios resultantes del programa, y la actividad turística en su desarrollándose en cada lugar en el marco de su cotidianeidad. Todo esto se concretó a partir del trabajo de campo en las tres localidades seleccionadas.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Carácter participativo en el PPT, y formas adquiridas de participación entre los actores de las localidades de estudio:

En el diseño del PPT, se plantea lo participativo en momentos específicos de convocatoria a las poblaciones por parte del estado provincial. Desde un primer momento, al postular el municipio la integración de localidades junto con algunos actores locales, funcionarios del programa evalúan el estado situacional del lugar en relación con el turismo, además de relevar ciertas problemáticas o necesidades a resolver mediante la actividad, y la potencialidad del lugar para recibir al programa. Esto da cuenta que, pese a promover una modalidad comunitaria, el PPT parte de una operativa centralizada.

Una vez comenzado este proceso, se proponen cinco “subprogramas”, que en los hechos son etapas de intervención: *Relevar, capacitar, desarrollar, promocionar e integrar*. Son estos momentos de intervención en que se supone la participación de los locales. En la observación de los procesos en cada localidad, se observa como el estado ordena al programa en función de su propia agenda de intereses, y en mayor o menor articulación con los estados locales. Por otra parte, se pasa de suponer la participación total y armónica de supuestas “comunidades”, a requerir operativamente la participación de algunos actores puntuales en el desarrollo de emprendimientos, prestaciones y servicios turísticos que den éxito al proceso. En lo concreto, se verifica la participación de distintos tipos de actores en cada localidad, según cómo hayan avanzado los subprogramas, y qué injerencia hayan tenido los locales: las características de los actores, y los entramados sociales que se construyen alrededor del programa, son los factores que determinan las características del modelo de gestión que se configura alrededor del turismo local.

El tipo de actores locales participantes, y las formas en que lo hacen, constituyen el carácter comunitario adquirido en cada localidad. En relación con la “participación” como concepto que da sentido comunitario al programa, en las tres localidades de interés se manifiesta, en primer lugar, una “*participación convocada*”: la participación de habitantes en general, y actores e instituciones puntuales en los relevamientos y en los talleres de capacitación. En un segundo nivel, un tipo de “*participación consultiva*”: tanto en estas etapas, como en la etapa de desarrollo de propuestas y de promoción, los funcionarios y agentes técnicos del estado provincial y/o local consultan a los habitantes y actores locales más partícipes sobre acciones puntuales del desarrollo, considerando o no, según el caso, sus intereses y posturas en el proceso. En un nivel más complejo, y que sólo he visto en Saldungaray con el accionar de la Asociación de Turismo Comunitario (ATUCOS) emergente en el marco del programa, observé lo que he denominado una “*participación asociativa*”, en que ciertos actores del lugar influyen e intervienen directamente en los mecanismos de gestión concretos del programa en su pueblo.

En relación con las formas de participación vistas en el punto anterior, las relaciones estado – comunidades que supone el PPT, más allá del carácter supuestamente participativo de la política y del turismo comunitario como modalidad, son inicialmente centralizadas en la figura del estado como *planificador – promotor* del PPT: esto se observa en el carácter integrador -o excluyente- que adquieren los técnicos del programa sobre la postulación de los pueblos, así como en la exclusividad sobre el diseño, convocatoria y consulta en las etapas de relevamiento, capacitación y promoción, en las que el estado provincial gestiona la toma de decisiones, los recursos y el plan en general -aunque en asociación, generalmente, con el estado local-. No obstante, ciertos actores locales que he identificado han adquirido ciertos grados de legitimidad y autogestión que les han permitido relacionarse asociadamente con el programa, para ser ellos quienes

definan el plan de acciones, propongan y administren servicios y prestaciones, y regulen el tipo de turismo a desarrollarse en el lugar. Estos emergentes reinventan la relación inicial, potencian otras formas posibles de gestión turística participativa y trascienden temporal y políticamente el corrimiento del lugar de los funcionarios del programa.

Modalidades de gestión identificadas:

Hacia el final de esta investigación, señalo cómo, en una de las localidades, Carlos Keen, ha primado un modelo de gestión *no centralizado* en el que, sin embargo, adquirieron preeminencia actores privados que condicionaron la participación de otros actores locales. En Uribelarrea, por otro lado, se ha desarrollado un modelo *centralizado* en el estado -local, incluso más que el provincial-, aunque *consultivo* de las instituciones locales y sus comisiones. En cambio, en Saldungaray he identificado actores emergentes a los que denominé “actores comunitarios” -a partir de su propia autoproclamación-, que favorecieron un modelo de turismo comunitario *participativo*, a la vez que tejieron una serie de relaciones *asociativas* con el Estado provincial y local, que constituyeron no una “comunidad” en los términos idealizados que propone el programa, aunque sí comunidades turísticas: entramados locales alrededor del PPT con gran injerencia y capacidad de gestión por parte de los locales y sus organizaciones.

Lo “comunitario”, en Pueblos Turísticos, se asemeja más a una consigna o ideal a perseguir, que a un modelo o metodología concreta y replicable en distintos contextos a la hora de gestionar turismo. Sin embargo, entre algunos de los actores locales identificados a partir de este trabajo, y en sus formas de asociarse con los estados local y provincial, se dieron experiencias interesantes que viabilizaron algunos de los propósitos del programa y que, en la localidad de Saldungaray principalmente, favorecieron formas de gestión que resultaron asociativas. En la consolidación de actores comunitarios influyentes, en el fortalecimiento de las instituciones intermedias y en el acompañamiento respetuoso de lo local por parte del estado -local y provincial- y del mercado, existe la posibilidad de un turismo comunitario que regule afectaciones, distribuya beneficios y acepte el conflicto entre actores dentro de una comunidad turística, dirimiéndose este en mecanismos de gestión concretos y participativos.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR CRIADO, Encarnación et. al (2003): *Cultura, políticas de desarrollo y turismo rural en el ámbito de la globalización* en “Horizontes antropológicos”, año 9 – N°20, pp. 161-183. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre.
- BARRERA, Ernesto (2006): *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. CINTERFOR / OIT, Montevideo.
- BARROS, Claudia (2000): *Reflexiones sobre la relación entre lugar y comunidad*, en “Doc. Anal. Geog. N°37, pp. 81-94. División Geografía UNLu, Luján.
- BERTONCELLO, Rodolfo (2002): *Turismo y territorio. Otras prácticas. Otras miradas*. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- BLACKSTOCK, Kirsty (2005): *A critical look at community based tourism*, en “Community development journal”, Volumen 40 N°1, pp. 39-49. Oxford University Press and Community, Oxford.
- CÁCERES, Carlos y TRONCOSO, Claudia Alejandra (2015): *Turismo comunitario y nuevos atractivos en los Valles Calchaquíes Salteños: el caso de la Red de Turismo Campesino*, en “Revista Huellas”, N°19, ISSN: 0329-0573, pp. 73-92. EdUNLPam, Santa Rosa.

- CAPANEGRA, Cesar Alejandro (2006): *La política turística en Argentina en el siglo XX*, en “Aportes y Transferencias”, año 10 Vol.1, pp. 43-61. Centro Investigaciones Turísticas UNMdP, Mar del Plata.
- de la Torre, Stella (2010): *Turismo comunitario ¿Otro Sueño inalcanzable?*, en “VIHOMA”, pp. 34-39. Colegio de Ciencias Biológicas y Ambientales, Universidad de San Francisco, Quito.
- GARCÍA CUESTA, José Luis (1996): *El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria*, en “Estudios Turísticos” N° 132, pp. 47-61. Instituto de Estudios Turísticos, Madrid.
- KÚPER, Diego et. al (2010): *Política turística y planificación ¿De las estrategias centralizadas a las estrategias participativas?*, en “Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales”, Vol. XIV N°331(41). Universidad de Barcelona, Barcelona.
- MALDONADO, Carlos (2005): *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Oficina Internacional del Trabajo (OIT), Ginebra.
- MALDONADO, Carlos (2006): *Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta*. Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra.
- PERKINS, Harvey (2006): *“Commodification: re-resourcing rural áreas”*, en “Handbook of rural studies”. SAGE, Londres.
- SALAZAR, Noel (2012): *Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities*, en “Journal of Sustainable Tourism” Vol. 20 N°1, pp. 9-22. Routledge, Abingdon.
- SANTANA TALAVERA, Agustín (2002): *Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural*. Lab. de Antropología Social, Universidad de la Laguna, Tenerife.
- SCHENKEL, Erica y ALMEIDA GARCÍA, Fernando (2015): *La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina*, en “Perfiles Latinoamericanos”, Vol.23 N°46, pp. 197-221. FLACSO, México DF.

Mesa de Trabajo N°16: Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

TURISMO, TECNOLOGÍAS SOCIALES Y DESARROLLO LOCAL: LA EXPERIENCIA DEL PROYECTO DE EXTENSIÓN SENDERO TURÍSTICO PRODUCTIVO EN EL PERIURBANO PLATENSE

Marozzi Carla.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata

Palabras claves: turismo rural- periurbano -tecnologías sociales- sendero turístico- desarrollo local.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se enmarca en la experiencia desarrollada en el programa de extensión “Turismo, patrimonio y desarrollo en el periurbano platense” (FCE, UNLP). El mismo viene trabajando desde 2013 en el periurbano platense en articulación con los distintos actores del territorio: cooperativas de pequeños productores flori-hortícola, instituciones y organizaciones locales (Mostacero et al., 2023). Este programa de extensión permitió que se desarrollaran dos iniciativas en el cordón flori-hortícola de la ciudad de La Plata: “Paseo de productores de Abasto” y el “Sendero turístico productivo en el periurbano platense”. Esta investigación tomará como caso de estudio el “Sendero turístico”, siendo este un recorrido organizado, planificado y diseñado entre los participantes del proyecto de extensión y los distintos actores del territorio intentando mostrar diferentes quintas y espacios del periurbano platense.

El proyecto busca valorar la cultura local, el intercambio de saberes y principalmente visibilizar las diferentes problemáticas que deben afrontar los productores en sus quintas a la hora de producir y las que tiene el territorio en general, afectando su cotidianidad. El recorrido permite que los productores guíen a los visitantes a través de las quintas y viveros relatando sus historia, sus problemáticas, y la forma en que llevan adelante su producción (Gomez et al., 2017). En algunos casos al finalizar el recorrido los visitantes pueden optar por comprar bolsones de verduras o flores producidos en las quintas y viveros, promoviendo el comercio justo y el consumo responsable (Mostacero et al., 2023). A partir de esta experiencia el presente trabajo analiza cómo se construyeron y desarrollaron los procesos de organización del Sendero Turístico que vinculan los saberes de los extensionistas y de los productores para que el “Sendero Turístico” pueda ponerse en práctica.

Partiendo de este análisis encontramos que el sendero turístico fue pensado y diseñado como una iniciativa de acción y organización colectiva que genera dinámicas de inclusión, estas iniciativas han sido estudiadas en los últimos años como “tecnologías sociales”. En Thomas (2015, p.50) encontramos que las tecnologías sociales “comprenden productos, técnicas y/o metodologías aplicables, desarrolladas en interacción con la comunidad, y que representan efectivas soluciones de transformación

social”, siendo esta la definición más difundida adoptada por la Red de Tecnología Social de Brasil (Thomas, 2015, p.50).

Estas tecnologías sociales o en un sentido más amplio, tecnologías para la inclusión social, “alcanzan un amplio abanico de producciones de tecnologías de producto, proceso y organización: alimentos, vivienda, energía, agua potable, transporte, comunicaciones, entre otras”(Thomas, 2012 p.2).

Dentro de la actividad turística se pueden identificar diferentes iniciativas de proceso y organización social llevadas adelante por parte de las comunidades como ferias, paseos de compras, senderos, rutas gastronómicas y mercados locales (Ballesteros, 2021), nos preguntamos en esta investigación si estas iniciativas turísticas se pueden analizar en relación al concepto de tecnologías sociales, buscando contribuir a enriquecer el marco teórico existente del turismo y las tecnologías sociales.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La experiencia del proyecto de extensión se ha desarrollado en el periurbano platense, comprendido por las localidades Abasto, Lisandro Olmos, Melchor Romero, Colonia Urquiza y Etcheverry. El “periurbano” puede ser definido como el espacio de transición del espacio urbano al rural, un complejo territorial que contiene elementos de ambos sistemas. (Barsky, 2010). Estos espacios han sido estudiados desde la nueva ruralidad, promoviendo la elaboración de nuevos enfoques de desarrollo rural que rescaten la interacción entre los territorios rurales y urbanos, que han dejado de verse como aislados para pasar a ser parte de un continuo (Millán 2010, p.156). Estos espacios “neo rurales” se caracterizan por tener diferentes problemáticas como la falta de los servicios básicos, acceso a la tierra, falta de fuentes genuinas de empleo, informalidad laboral, entre otras (Svetlitz de Nemirovsky, 2010). En estos espacios, en la actualidad se han buscado alternativas a la actividad principal, la agricultura, desarrollando en los últimos años diferentes actividades no estrictamente agrícolas como las vinculadas al ocio y esparcimiento, culturales, artesanías, etc.

En este marco de “pluriactividad” se encuentra la actividad turística propuesta como una alternativa que no intenta reemplazar a la actividad principal sino que por el contrario agrega valor y diversifica la producción en el territorio.

El turismo resulta entonces una actividad disparadora de iniciativas ya que para poder desarrollarla los actores locales deben buscar nuevas formas de organización social aparecen nuevas ideas, nuevas prácticas, procesos de la comunidad local y/o “estrategias de acción” (Gomez en Ballesteros et al., 2021). Estas nuevas formas de organización orientadas a la generación de dinámicas de inclusión socio-económica y desarrollo sustentable, se denominan tecnologías sociales.

El concepto de “tecnología social” se encuentra aún en construcción y se puede diferenciar del concepto de tecnología “convencional” por su carácter social, ya que permite la participación de la comunidad en general de los procesos de organización y toma de decisiones para su implementación. (Dagnino, 2004 en Peyloubet et al., 2010 p. 175)

Distintos autores han construido y enriqueciendo el marco teórico relacionado a las tecnologías sociales. Coraggio (2016) enmarca estas tecnologías en la Economía social y solidaria, porque son puestas en práctica por los movimientos sociales/ populares y la

comunidad local organizada. El autor las define como “nuevos métodos, traducidos en nuevas expresiones, que representan propuestas efectivas de transformación social” (p.81) y agrega que estas tecnologías buscan el desarrollo autónomo de las comunidades en sus diferentes necesidades: alimentación, vivienda, empleo, educación, energía, salud, medio ambiente, etc, mediante el diálogo entre el saber técnico-científico con el saber popular (Coraggio, 2016, p.81).

La tecnología social pueden ser aplicadas, desarrolladas en interacción con la comunidad y representan soluciones efectivas para la transformación social, “se pueden entender como alternativas de desarrollo que tienen su origen en experiencias innovadoras y que se orientan por la defensa de los intereses de las mayorías y la distribución del ingreso” (Costa, 2013 p.22).

El objetivo principal de estas tecnologías es la satisfacción de las necesidades sociales y no la reproducción de capital, potenciando un desarrollo alternativo que contemple la inclusión social y la sustentabilidad (Dagnino, 2004 en Peyloubet, et al., 2010 p. 175).

METODOLOGÍA

El presente trabajo responde a una investigación de enfoque cualitativo. En primer lugar se realizó una etapa de revisión bibliográfica sobre el enfoque de la neo ruralidad y el concepto de “periurbano” ahondando en las características propias del periurbano platense y sus problemáticas, sumando al análisis de la teoría de las tecnologías sociales y el desarrollo local. En segundo lugar se recopiló información a través de fuentes primarias, varias de ellas producidas a lo largo de los años en el proyecto de extensión: entrevistas realizadas a productores, a visitantes y actores locales, videos y memorias de recorridas. Por último, se trabajó a través del método etnográfico, mediante observaciones participantes realizadas durante algunas recorridas del año 2021 al 2023 (Batthyány, et al 2011).

DISCUSIÓN Y REFLEXIONES FINALES

Luego de analizar y estudiar la experiencia del sendero turístico en el periurbano platense, surgen diferentes discusiones y reflexiones. En primer lugar se puede observar que el periurbano ha sido atravesado a lo largo de su historia por los diferentes modelos de acumulación nacional y corrientes migratorias que han derivado en su situación actual. Este territorio complejo, está atravesado por problemáticas como la falta de acceso a la tierra por parte de los productores y la imposibilidad de edificar con materiales de construcción durables, las deficiencias en las conexiones eléctricas, al igual que en las redes de gas y agua lo cual afecta la calidad de vida de los productores, situación que además está enmarcada en la falta de interés del Estado municipal para mejorar los servicios básicos del cinturón verde. Estas problemáticas se suman a las que dejaron como corolario las corrientes migratorias del territorio. Los vecinos del periurbano son de las provincias del norte de Argentina, muchos de origen indígena, inmigrantes bolivianos y paraguayos, así como también los hay japoneses y portugueses. Pero en el caso de los inmigrantes bolivianos y paraguayos sus descendientes argentinos sufren a diario la discriminación, al no ser considerados parte de la comunidad nacional, que se identifica tradicionalmente con la con las corrientes migratorias europeas (Gómez en prensa, 2016).

En segundo lugar identificamos que desde el proyecto de extensión se ha trabajado de forma articulada con los productores y organizaciones del territorio para visibilizar estas

problemáticas durante el recorrido por las quintas. Los extensionistas han colaborado con la organización de las recorridas, contactándose con aquellos productores que querían participar, armando el itinerario, convocando a los visitantes para que se inscriban en el sendero, y asistiendo a los productores y los visitantes durante la recorrida. En cuanto a los productores han tomado el rol de “guías” durante la recorrida, mostrando las quintas y su producción a los visitantes, logrando un espacio de intercambio con los mismos. Se ha identificado mediante los formularios de inscripción que muchos visitantes han repetido la experiencia a lo largo de estos años.

Por último, a la hora de estudiar estas iniciativas turísticas en relación al concepto de tecnologías sociales, encontramos que el turismo pensado como una actividad socio-económica puede promover iniciativas como senderos, ferias, mercados de productos artesanales que requieren la participación de la comunidad local en los procesos de organización y toma de decisiones para su implementación, y más importante aún su saber popular. En el caso del sendero turístico podemos encontrar características de estas tecnologías que podrían contribuir a estudiarlo dentro de este concepto (Rocha, 2020). Los productores han participado de su organización y gestión en articulación con los participantes del proyecto vinculando el saber científico con el saber popular, es decir existió una planificación y aplicación del conocimiento de forma organizada y la producción de nuevos conocimientos en la puesta en marcha del sendero (Rocha, 2020 p.10). Como se ha mencionado anteriormente el objetivo principal del “Sendero turístico” ha sido la valoración de la identidad local y la visibilización de los productores y su trabajo, poniendo énfasis en la dimensión social del mismo y no de los solamente beneficios económicos que este pudiera generar, es decir la experiencia fue pensada desde la mirada de la sustentabilidad social y medioambiental. Una de las propuestas generadas desde los extensionistas es lograr el desarrollo del sendero de forma autónoma y gestionada directamente por los productores, se pensó como una iniciativa que ellos mantengan a futuro, pudiendo diversificar su actividad principal o agregando valor y contribuir con el desarrollo local. Las tecnologías sociales tienen como fin buscar soluciones a las problemáticas identificadas por los actores locales, a partir del presente estudio podemos señalar que la experiencia ha contribuido para que los visitantes conozcan la realidad de los productores, no obstante, queda el interrogante si ha contribuido a mejorar otros aspectos de la calidad vida de los productores.

BIBLIOGRAFÍA

- Ballesteros, L; Dieguez M L; Garcia, D; Gómez, S; Lizurek, M; Prado, L; Romero, A; Rossi, E. (2021) Enfoques y herramientas para proyectos turísticos locales en clave de desarrollo socio-económico. Guía orientadora. La Plata: – Gobierno de la Provincia de Buenos Aires
- Barsky, A. (2010). La agricultura de “cercanías” a la ciudad y los ciclos del territorio periurbano. Reflexiones sobre el caso de la Región Metropolitana de Buenos Aires (15-29) en Svetlitz de Nemirovsky, A. (2010). Globalización y Agricultura periurbana en Argentina. Escenarios, recorridos y problemas.
- Batthyány, K., Cabrera, M., Alesina, L., Bertoni, M., Mascheroni, P., Moreira, N., Rojo, V.(2011). Metodología de la investigación para las ciencias sociales:apuntes para un curso inicial.
- Coraggio, J. L., Laville, J. L., Guerra, P., Bidegain, A. M., Sánchez Soler, J. J., Gadotti, M., & Oviedo Freire, A. (2016). Economía social y solidaria en movimiento.
- Costa, A. B. (2013). *Tecnología social & políticas públicas*. Inst. Pólis;Fundação Banco

do Brasil.

Mostacero, S; Taus, Y; Alvarez, L; Morales Blanco, N; Roque, T. (2023). Senderos que transforman: análisis de los aportes de las recorridas turísticas para la transformación de concepciones e ideas previas. En Gómez, S. (Coord) García, D.; Lacko, E.; Gutiérrez, N.; Rossi, E.; Pedetti, M. (Eds). Actas de las Jornadas Turismo Comunidades y Ruralidad: debates y construcción de sentidos desde los territorios. 1a ed. - La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas, 2023. Libro Digital.

Gómez, S., & Rossi, Márquez, G. J., Arguelles, M. D. L., Gómez, S., & Rossi, E. N. (2017). Turismo, patrimonio y desarrollo en el periurbano platense.

Gomez, S. B., Rossi, E., Patricia, R., Marquez, G., & Molinari, G. (2016). La construcción del patrimonio local como forma de intervención para descotidianizar el territorio. *En 3ras Jornadas de Patrimonio y Desarrollo-Parte 2. La Plata :Icomos Argentina.*

Millán N. (2010) Millán Conflictos periurbanos por los usos del agua en Mendoza (151-170) en Svetlitz de Nemirovsky, A. (2010). Globalización y Agricultura periurbana en Argentina. Escenarios, recorridos y problemas.

Peyloubet, P., Massuh, H., Fenoglio, V., & Valladares, G.(2010). Desarrollo local a partir del uso de tecnología social: un enfoque alternativo. *Cuaderno urbano, 9(9).*

Rocha, J. C. (2020) Turismo de base comunitaria, inovação e tecnologia social: Boas práticas para a efetivação de direitos humanos, econômicos, sociais e culturais na Bahia e no Brasil. X encontro turismo de base comunitaria e economia solidaria.

Thomas, H. (2012). Tecnologías para la inclusión social en América Latina: de las tecnologías apropiadas a los sistemas tecnológicos sociales. Problemas conceptuales y soluciones estratégicas. *Tecnología, desarrollo y democracia. Nueve estudios sobre dinámicas socio-técnicas de exclusión/inclusión social, 25-78.*

Thomas, H., Juárez, P., & Picabea, F. (2015). ¿ Qué son las tecnologías para la inclusión social *Colección Tecnología y Desarrollo. Bernal: Editorial UNQ.*

Svetlitz de Nemirovsky, A. (2010). Globalización y Agricultura periurbana en Argentina. Escenarios, recorridos y problemas.

Mesa de Trabajo N°16: Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

APORTES PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL MAPA TURÍSTICO RURAL DEL SUDESTE DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. PRIMERA PARADA: PARTIDO DE SAN CAYETANO

Gordziejczuk Matías Adrián, Berti Graciela María, Mikkelsen Claudia Andrea.
INHUS CONICET, Grupo de Estudio sobre Población y Territorio, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Mar del Plata

INTRODUCCIÓN

Este trabajo surge de investigaciones previas, motivadas por el análisis de los resultados definitivos del Censo Nacional Agropecuario (CNA) 2018, llevado adelante por el Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (INDEC). Respecto a dicha fuente, si bien se remarca que conserva un valor sinigual por permitir acceder a un conocimiento actualizado sobre el sector agropecuario (Azcué Ameghino y Fernández, 2019), tanto las indagaciones generales (Azcué Ameghino y Fernández, 2019; Blasquíz Landa et al., 2021) como el estudio específico de las variables vinculadas al turismo y la recreación (Gordziejczuk y Mikkelsen, 2023) dejan entrever ciertas limitaciones (Blasquíz Landa et al., 2021) y anomalías asociadas al probable subregistro en determinadas unidades territoriales (Azcué Ameghino y Fernández, 2019). Tales observaciones estimulan la necesidad de recurrir a fuentes primarias, consultando a los actores que forman parte del sector.

El análisis exploratorio, comparativo y preliminar del CNA 2018 respecto al CNA 2002-primer y anterior operativo de este tipo en incluir estadísticas sobre actividades turísticas y recreativas desarrolladas en explotaciones agropecuarias (EAP's)⁷⁵-, ejecutado para el sudeste de la provincia de Buenos Aires⁷⁶, ha significado una prueba más de incertidumbre en relación a la dimensión turístico-recreativa. Esto a raíz de evidenciar una disminución de la oferta entre ambos momentos del 59,4%, discordante tanto con la variación nacional, donde aumentó un 29,9%, como con los antecedentes bibliográficos y observaciones de campo que refuerzan la tesis del espacio rural como área actualmente revalorizada para el transcurso del tiempo de ocio por la búsqueda de tranquilidad y contacto con la naturaleza, el campo o la tierra (Nates Cruz y Raymond, 2007). Enfatizan este razonamiento los recientes años de pandemia y postpandemia, puesto que se ha reforzado el cuestionamiento y debate respecto a asuntos como el riesgo de la masividad y la relación entre felicidad y consumos característicos de la vida urbana (Hiernaux, 2020). Durante el CNA 2018, en el Sudeste bonaerense se censaron 13 EAP's con actividades turístico-recreativas. Sin embargo, solo los partidos de Lobería y San

⁷⁵ Si bien el INDEC realizó otro CNA en 2008, no se publicaron los datos necesarios para el análisis del turismo y la recreación.

⁷⁶ El sudeste de la provincia de Buenos Aires fue delimitado por Ares, Mikkelsen y Lucero (2020) a partir de una labor de superposición cartográfica. Forman parte de esta región los partidos de Ayacucho, Balcarce, General Alvarado, General Juan Madariaga, General Pueyrredon, Lobería, Maipú, Mar Chiquita, Necochea, Pinamar, San Cayetano, Tandil y Villa Gesell.

Cayetano registraron en comparación al CNA 2002 un aumento de la oferta, pasando, no obstante, en ambos casos, de uno a dos establecimientos.

En base a la fuente censal precitada, el aparente y relativamente acotado universo de estudio que representan las unidades de producción abiertas al turismo y la recreación en el sudeste bonaerense incita a “ir por ellas” con la finalidad de conocer su situación actual, en un ejercicio de relevamiento de información de primera mano. Interesa aportar a la construcción del mapa turístico rural de la región, analizando las iniciativas hoy vigentes. Para ello, se toma como punto de partida al distrito de San Cayetano, sobre el cual ya se han establecido redes de contacto y avances en el conocimiento sobre su evolución territorial, la dinámica de sus pequeñas localidades, las posibilidades de desarrollo local y el turismo en su pueblo balneario homónimo (Berti, 2012; Berti y Mikkelsen, 2014; Berti, 2020). De este modo, el transcurrir de los tiempos de postcenso agropecuario y postpandemia conlleva la posibilidad de plantear el objetivo de identificar y analizar el estado de la oferta turística y recreativa rural, alternativa a la villa balnearia y la modalidad de sol y playa, presente actualmente en el distrito de San Cayetano.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La investigación se respalda en aportes que debaten desde aspectos de trascendencia en el mundo occidental hasta cuestiones más propias de la realidad argentina. Por un lado, se incorporan reflexiones respecto a la creciente complejidad del vínculo entre lo urbano y lo rural, las dinámicas contemporáneas de revalorización y turistificación de los espacios rurales y su concepción desde las esferas económica, política y cultural como lugares que exceden a la función agropecuaria (Hiernaux, 2000; Pérez, 2001; Nates Cruz y Raymond, 2007; Souza, 2012). Por otro lado, se añaden referencias a las transformaciones y heterogeneidades que, desde hace décadas, participan en la construcción y consolidación de un nuevo mapa turístico nacional (Bertoncello, 2006), como así también a los cambios que se producen a partir de la introducción de la actividad turística en establecimientos agropecuarios (Craviotti, 2002). Autores como Teubal (2001) y Sili (2005) explican que, a la función tradicional de aprovisionamiento de alimentos se suma una fuerte terciarización asociada al uso y disfrute, por parte de usuarios rurales, de los bienes naturales y culturales a través de lugares de recreación y turismo.

Particularmente, se recupera de análisis anteriores (Gordziejczuk y Mikkelsen, 2023) la delimitación conceptual establecida para justificar el uso de la expresión genérica de actividad turística y recreativa en el espacio rural como término apropiado en base a la fuente censal utilizada. Para ello, se repasan las variables recabadas en los CNA's, la diferencia entre turismo y recreación, las principales modalidades turísticas presentes en el espacio rural (definidas como turismo en el espacio rural, turismo rural y agroturismo) y los criterios de clasificación propuestos por autores como Posada (1999), Such Climent y García Carretero (2001), Román y Ciccolella (2009), Nogar y Capristo (2010) y Rodrigues Ferreira y Sánchez-Martín (2022).

METODOLOGÍA

El trabajo combina lectura y revisión bibliográfica con elaboración de cartografía temática en Sistema de Información Geográfica (SIG) y análisis descriptivo de estadísticas, documentos en red y entrevistas cuasi-estructuradas (Scribano, 2008) a productores agropecuarios que prestan servicios de turismo y recreación en sus unidades de producción.

Los resultados se organizan en dos secciones principales. La primera parte representa un análisis contextual sostenido en los indicadores que refieren a actividades turísticas y recreativas en EAP's obtenidos del CNA 2018 y su evolución respecto al CNA 2002. Se compara al sudeste de la provincia de Buenos Aires con otras regiones turísticas de la provincia y el país para tratar de detectar las áreas que aportan al crecimiento general y las que exhiben una retracción similar a la del Sudeste bonaerense. Asimismo, se indagan otros indicadores considerados necesarios para la interpretación de los datos, como por ejemplo la división entre pequeños y no pequeños productores (Román y Ciccolella, 2009).

La segunda parte se adentra en el partido de San Cayetano. Se caracteriza al distrito, su oferta turístico-recreativa y los emprendimientos rurales abiertos a visitantes durante la última ronda censal agropecuaria. Aquí se vuelcan los resultados de las entrevistas efectuadas a los responsables de las EAP's con prácticas de turismo y recreación. El instrumento se compone de interrogantes que tratan sobre los orígenes y estrategias que impulsan la incorporación y/o sostenimiento en el sector turístico-recreativo, elementos caracterizadores de la unidad de producción y el perfil sociodemográfico de anfitriones y visitantes, las características y variaciones de la oferta y la demanda, la territorialización de las propuestas, la organización de las tareas, las problemáticas que afectan a los anfitriones y el vínculo con otros actores que intervienen, desde distintos ordenes, en los procesos de valorización turística de los espacios rurales y naturales.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Por medio de la indagación en los resultados definitivos del CNA 2018 se obtuvo que las dos EAP's turístico-recreativas del partido de San Cayetano brindan la actividad de pesca como posibilidad de recreación y que solo una incluye hospedaje, disponiendo para ello de 15 plazas. Se aprecia un sostenimiento de la oferta, dado que el trabajo de campo efectuado por Berti (2012) también reconoció que dos son los establecimientos que intentan incorporarse a la propuesta turística del distrito. Los sitios han sido identificados como Sociedad Parque Danesa- Club Dannevirke- de San Cayetano y Establecimiento San Juan. El primero refiere a una institución fundada en 1924 por un grupo de colonos para acobijar a inmigrantes daneses y el segundo concierne a un emprendimiento familiar que ofrece servicio de alojamiento, gastronomía, pesca en la Laguna "La Vizcacha", con avistaje de aves, paseos en carruajes y un museo que exhibe objetos propios de las labores y vida en el campo.

Si bien al momento de redactar este resumen las entrevistas aún se hayan en desarrollo, se anticipa que la actividad turística y recreativa en ambos predios actualmente se encuentra paralizada a causa de la sequía que, desde hace meses, castiga a las lagunas y aguas interiores de gran parte del país. En este sentido, ambos casos son representativos de la volatilidad que reviste esta clase de modalidad turística, la orientación hacia nichos específicos o grupos con intereses especiales y la creación de atractivos a través de la selección y puesta en valor de elementos de carácter natural o histórico-cultural.

BIBLIOGRAFÍA

- Ares, S., Mikkelsen, C. y Lucero, P. (2020). Región, regionalizaciones y delimitación del sudeste de la provincia de Buenos Aires. *Caminos Geográficos*, 1, 25- 48.
- Azcuy Ameghino, E. y Fernández, D. (2019). El censo nacional agropecuario 2018: visión general y aproximación a la región pampeana. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, 51, 5-36.

- Berti, G. M. (2012). La posibilidad del Desarrollo Local en el distrito de San Cayetano, en la etapa posneoliberal. Tesis de grado. Tandil, Argentina: UNCPBA.
- Berti, G. M. (2020). Un balcón privilegiado sobre la costa atlántica. Oportunidad y posibilidad para el desarrollo turístico sustentable del Pueblo Balneario San Cayetano, provincia de Buenos Aires, República Argentina (1969 a la actualidad). Tesis de posgrado. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes.
- Berti, G. M. y Mikkelsen, C. A. (2014). San Cayetano y sus localidades menores, dinámica socioterritorial y estrategias espaciales. *Campo-Território: revista de geografía agrária*, 9,17, 486-514.
- Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad: el mapa turístico de la Argentina. En A. I. G. de Lemos, M. Arroyo y M. L. Silveira, *América Latina: cidade, campo e turismo* (pp. 317-335). San Pablo: CLACSO.
- Blasquiz Landa, G., Niembro, A., Rivas Bergant, A. y Sarmiento, J. (2021). La heterogeneidad territorial de la vinculación técnica en el agro argentino: Un análisis exploratorio a partir del Censo Nacional Agropecuario 2018. Documento de Trabajo: Agosto 2021. https://www.researchgate.net/publication/353934860_La_heterogeneidad_territorial_de_la_vinculacion_tecnica_en_el_agro_argentino_Un_analisis_exploratorio_a_partir_del_Censo_Nacional_Agropecuario_2018
- Craviotti, C. (2002). Actividades turísticas y nueva ruralidad: análisis de experiencias en la cuenca del Abasto a Buenos Aires. *Revista de Desarrollo rural y cooperativismo agrario*, 6, 89- 106.
- Gordziejczuk, M. y Mikkelsen, C. (2023). Turismo y recreación en los espacios rurales de Argentina: variaciones según los Censos Nacionales Agropecuarios 2002 y 2018. *Investigaciones Geográficas*, 110, Art: e60624.
- Hiernaux, D. (2000). Las nuevas formas metropolitanas y su relación con el mundo rural. En Torres Lima (Comp.). *Procesos metropolitanos y agricultura urbana* (pp. 31-41). Ciudad de México. U.A.M. y F.A.O.
- Hiernaux-Nicolas, D. (2020). Turismo y tiempo libre: ¿hacia una renovación de los imaginarios? En D. Hiernaux-Nicolas, M. Osorio García y R. A. Vázquez Gómez (Coords.), *Los imaginarios sociales y el turismo: conceptos y aplicaciones* (pp. 75-90). Ciudad de México: Universidad Panamericana.
- Nates Cruz, B. y Raymond, S. (2007). *Buscando la naturaleza: migración y dinámicas rurales contemporáneas*. México: Anthropos.
- Nogar, A. y Capristo, M. (2010). Nuevos escenarios para los espacios rurales. El turismo rural como proceso emergente. En Nogar y Jacinto (Comps.), *Los espacios rurales. Aproximaciones teóricas y procesos de intervención en turismo rural* (pp. 105-127). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Colmena.
- Pérez, E. (2001). Hacia una nueva visión de lo rural. En Giarraca (Comp.), *¿Una nueva ruralidad para América Latina?* (pp. 17-29). Argentina: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), Agencia Sueca de Desarrollo Internacional (ASDI).
- Posada, M. (1999). El espacio rural entre la producción y el consumo: algunas referencias para el caso argentino. *Eure*, 25, 75, 63- 76.
- Rodrigues Ferreira, D. y Sánchez-Martín, J. M. (2022). La función de las áreas agrícolas en el debate epistemológico sobre el turismo rural, el agroturismo y el agroecoturismo. *Revista de Geografía Norte Grande*, 81, 235–261.
- Román, F. y Ciccolella, M. (2009). *Turismo rural en la Argentina. Concepto, situación y perspectivas*. Buenos Aires: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).

- Scribano, A. O. (2008). El proceso de investigación social cualitativo. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Sili, M. (2005). La Argentina Rural. De la crisis de la modernización agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- Sousa, E. A. L. d. (2012). Relación ciudad- campo y turismo rural. Ensayos teórico-metodológicos. Estudios y perspectivas en turismo, 21, 1, 19 pp.
- Such Climent, M. y García Carretero M. (2001). Turismo en espacios rurales. En Barrado y Calabuig (Eds.), Geografía mundial del turismo (pp. 185-222). Madrid: Síntesis.
- Teubal, M. (2001). Globalización y nueva ruralidad en América Latina. En N. Giarraca (Comp.), ¿Una nueva ruralidad en América Latina? (pp. 45-65). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO.

Mesa de Trabajo N°16: Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

PRÁCTICAS COMUNITARIAS CONTEMPORÁNEAS VINCULADAS CON EL TURISMO, EN EL CONTEXTO DE CRISIS AMBIENTAL Y CLIMÁTICA. EL CASO DE LA FERIA FRANCA – VILLA DE MERLO

Arriola María Florencia, Leiva Julio Francisco Javier.

Facultad de Turismo y Urbanismo, Universidad Nacional de San Luis

INTRODUCCIÓN

La Villa de Merlo se percibe local, social y económicamente como una Villa Turística, donde la actividad turística se ha extendido sobre el territorio desde las primeras décadas del siglo XIX, generando una gradual sobredependencia de la actividad por parte de la población. Su configuración territorial denota ciertas territorialidades desplazadas de la matriz productiva de la villa y otras con más poder de decisión sobre el lugar, un poder que se deduce por el capital económico y social.

Esta realidad acompaña consecuencias que tributan a la crisis de cambio climático y a la crisis energética en la Argentina y en el lugar propiamente dicho, ya que las miradas productivas de las territorialidades que ejercen mayor poder acarrear ciertas prácticas como la deforestación, la instalación de infraestructuras más bien urbanas, la sobredependencia turística y con ellos la pérdida de lazos y prácticas comunitarias tradicionales.

Frente a esto, con la identificación y análisis del caso: Organización Civil: “Feria de productores y elaboradores de la Villa de Merlo”, más conocida como Feria Franca, se intentará compartir una visión crítica al desarrollo turístico imperante de la Villa de Merlo, divulgando una posible alternativa de ejercerlo, propiciando rasgos comunitarios, soberanía alimentaria, agroecología y prácticas de ocio que generan encuentros culturales y sociales entre vecinos y turistas, no ligada específicamente al consumo y amigables con el entorno y los pobladores de la sociedad.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Considerando que, con la ruptura de la comunidad tradicional nacen, a la vez, el aislamiento y la autonomía del individuo. La persona ya no adquiere sentido por su pertenencia; ella misma se considera la fuente de sentido y de valor. Nace la libertad individual y con ella el desamparo (Villoro, 2003, citado en Boza Ortiz, 2012) para el escrito se adopta que “...aún en las sociedades de consumo, existen acciones de tipo comunitario que buscan alcanzar metas que trascienden los intereses individuales.” (Ander-Egg, 1990 citado en Boza Ortiz, 2012).

En nuestro país “...ya no es la "comunidad" quien hace el uso y administración de sus recursos como ancestralmente lo hacía, sino que ahora, a través de mecanismos

gubernamentales, el agua, los bosques, las selvas y todo su hábitat son administrados desde el gobierno federal o estatal” (Boza Ortiz, 2012: 11).

Gudynas (2014: 150): “...entiende que las personas actúan esencialmente como agentes individuales, comportándose como «consumidores» y no como ciudadanos. De ahí que el ámbito de interacción privilegiado sea el mercado, donde compran y venden bienes y servicios, los que supuestamente les aseguraría la calidad de vida”.

Ander-Egg, 1990 citado en Boza Ortiz, 2012 contempla que: Comunidad es una agrupación organizada de personas que se perciben como unidad social, cuyos miembros participan de algún rasgo, interés, elemento, objetivo o función común, con conciencia de pertenencia, situados en una determinada área geográfica [o virtual] en la cual la pluralidad de personas interaccionan más intensamente entre sí que en otro contexto.

Se alude a la "comunidad" como un espacio geográfico cultural y simbólico en estrecha interacción con el medio ambiente natural del cual se provee pero al que rinde culto a través de diversas manifestaciones simbólicas como las fiestas, danzas y otros elementos (Boza Ortiz, 2012).

Por su parte, el turismo abre vastas perspectivas para la innovación y para poner en juego el acervo del capital social comunitario, es decir, el conjunto de conocimientos colectivos, prácticas, técnicas productivas y formas de cooperación ancestrales que generan eficiencia económica y que han asegurado la supervivencia secular de un grupo social. (Maldonado, 2005).

Existe una realidad inminente a la que estas comunidades pueden aportar. Taibo (2017) afirma que el denominado COLAPSO es inminente, y se caracterizará por “un golpe muy fuerte que trastoca muchas relaciones, la irreversibilidad del proceso consiguiente, profundas alteraciones en lo que refiere a la satisfacción de las necesidades básicas, reducciones significativas en el tamaño de la población humana, una general pérdida de complejidad en todos los ámbitos, acompañada de una creciente fragmentación y de un retroceso de los flujos centralizadores, la desaparición de las instituciones previamente existentes y, en fin, la quiebra de las ideologías legitimadoras, y de muchos de los mecanismos de comunicación, del orden antecesor”.

Taibo (2017) describe ciertas características que debe presentar el proyecto alternativo a esta situación del contexto, llamados “movimientos por la transición ecosocial”. Estas son: la energía, movilidad y materias primas; la tecnología; las relaciones económicas; las relaciones sociales; la vida política; la desurbanización, la rerruralización, y por último el conocimiento.

METODOLOGÍA

El escrito se realizó a través de la recolección de datos primarios generados por dos entrevistas semi abiertas a dos miembros seleccionados por la misma Feria, la obtención de datos secundarios y la observación participante. Las preguntas centrales y orientadoras fueron: ¿Cuál es la intención final de la feria? ¿Cómo es la organización? ¿Cuáles fueron los logros alcanzados y que factores del contexto inciden en esos logros? ¿Cómo es la relación con la población, el Estado, los demás emprendimientos y turistas?

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

A partir de lo abordado, se interpreta que la Feria Franca, organización civil de la Villa de Merlo, aplica pautas comunitarias de acción fehacientes impulsando el arraigo y el sentido de pertenencia de los miembros por el lugar, involucrando las capacidades y habilidades individuales de los feriantes generando un espacio de relaciones recíprocas para su subsistencia. Además, adquieren la materia prima para sus elaboraciones, y extraen frutas y verduras que ofrecen, en sintonía con los ciclos ecológicos, perfilándose a un modelo de producción ligado a la agroecología y a la soberanía alimentaria, creando redes con otros actores de meta política, que se suscriben a las mismas particularidades definidas.

Frente a la realidad climática que vaticina un posible colapso, distinguida por el cambio climático, el incremento de la temperatura media del planeta, el consecuente agotamiento de las materias primas energéticas, ataques contra la biodiversidad, el inquietante crecimiento poblacional, la delicada situación social y la pobreza: Los grupos que muestran suficiente cohesión social, que cuentan con un acceso directo a recursos naturales y con suficiente riqueza cultural (en la forma de relaciones cara a cara y de tradiciones orales) sobrevivirán, al tiempo que los demás perecerán rápidamente. (Orlov, 2014 como se citó en Taibo, 2017). Es así como la Feria Franca se percibe como un “movimiento por la transición ecosocial” que recupera actividades y formas organizativas relacionadas con la baja utilización de energías y de materias primas no industrializadas, generan reducción del gasto de energía de transporte y del uso de maquinarias agrícolas o industriales; las relaciones de poder se conciben a través del asociativismo, ofrecen un ámbito de recuperación de la vida social en base a la cooperación y solidaridad, defienden la autogestión, entre otras particularidades que se relacionan con lo que Taibo (2017) respecta a estos movimientos.

Esta Feria de carácter autogestivo y con meta política, nos demuestra el camino y la posibilidad de emprender espacios de coparticipación, de colaboración y cooperación, además de vinculación con la población para mejorar su bienestar; de romper con individualidades y empezar a pensar que llevar a cabo gestiones con y para los demás, en pos de transformar el orden social que se considera problemático e injusto, es crucial para apostar a una transformación.

Así es como el análisis realizado propicia también el debate para problematizar el modelo turístico imperante en la Villa de Merlo, en la Argentina y en el mundo, partiendo de reconocer y hacer visibles estos actores políticos (organizaciones, redes y miembros de la feria) con rasgos comunitarios que generan encuentros culturales y sociales entre visitantes y residentes, amigables con el ambiente y con el otro, en el contexto de revalorizar la cercanía. Dejando atrás el pensamiento parcializado y asumiendo el gran desafío de pensar al turismo desde una perspectiva holística y repensar ¿qué le da el turismo a la sociedad en términos sociales?; como se ha mencionado el turismo ha sido una vía de orden capitalista y aún hay muchas prácticas al servicio de la reproducción del capital, que precisamente tributan a las problemáticas ambientales distinguidas en el escrito. La Feria Franca por su parte se podría concebir como una propuesta rural que se ha transformado en una forma exitosa de proyectar y practicar turismo, sin necesidad de caer en una sobredependencia turística, ni tampoco en una explotación y escenificación de las condiciones y expresiones bioculturales del lugar; repensando el desarrollo del turismo en donde exista una certera participación y empoderamiento colectivo frente a las fuerzas hegemónicas que intervienen en la actividad.

BIBLIOGRAFÍA

Boza, M. (2012). *De la comunidad étnica a la comunidad virtual: breve revisión del concepto comunidad en tres de sus acepciones y teóricos: Villoro, Ander-Egg y Rheingold. Cuadernos Interculturales*. Universidad de Plata Ancha. Chile.

Cañada, E. (2017). *Turismo y pobreza, una historia de encuentros y conflictos*. Albasud.

Elizalde, R., & Gomes, C. (2010). *Ocio y recreación en América Latina: conceptos, abordajes y posibilidades de resignificación*. Polis. Revista Latinoamericana, (26).

Gudynas, E (2014). *Derechos de la naturaleza. Ética biocéntrica y políticas ambientales*. Editorial Tinta Limón. Buenos Aires.

Maldonado, C. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. International Labour Organization. Ginebra.

Miranda, L. (2018): *Caracterización del sector empresarial turístico de Villa de Merlo, San Luis, generado a partir de la migración de amenidad*. II Congreso de Serranías. Facultad de Turismo y Urbanismo. Universidad Nacional de San Luis.

Monje, H. V., Becerra, M. E., & Renaudo, J. A. Universidad Nacional de San Luis y desarrollo local de la Villa de Merlo (San Luis - Argentina).

Taibo, C. (2017). *Colapso*. Editorial Los Libros de la Catarata. Madrid.

Mesa de Trabajo N°16: Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

EXPERIENCIAS DE DOCENCIA Y/O EXTENSIÓN

EL DIPLOMA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA EN TURISMO Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO TERRITORIAL: ACOMPAÑANDO PROCESOS DE CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO DE TURISMO ASOCIATIVO EN EL TERRITORIO

Lizurek Marian, García Daniel, Díaz Claudia, Soria Anabel.
Universidad Nacional de Quilmes

RESUMEN

El Diploma de Turismo y Desarrollo socioeconómico territorial comienza a gestarse a mediados de 2021, habiendo identificado necesidades de formación de pequeños emprendedores turísticos en los territorios locales y demandas políticas de acompañamiento de estos procesos desde actores públicos locales y organizaciones sociales. Conociendo el recorrido de la Universidad Nacional de Quilmes (en adelante UNQ), estas entidades nos solicitaron la planificación de un Diploma que forme en turismo con una perspectiva de desarrollo que efectivamente contribuya con la inclusión de emprendedoras y emprendedores locales en escenarios socioeconómicos más amplios y democráticos, contruidos colectivamente.

Desde estas demandas, el Diploma surge como una trayectoria formativa de extensión universitaria de la UNQ, dirigido a emprendedoras y emprendedores turísticos que consideren el desarrollo de acciones de asociatividad desde sus proyectos en los territorios donde estos se llevan a cabo. Se trata de un Diploma organizado en 4 bloques, con una duración de 2 meses y el dictado de 2 asignaturas en cada uno de ellos. Complementando la formación, en los últimos 2 bloques se agrega una tercera asignatura de carácter cuatrimestral que implica el desarrollo de un proyecto en el marco del campo de formación de Prácticas Profesionalizantes. Se dicta en un formato semipresencial con apoyatura de un Campus virtual, con modalidad sincrónica o asincrónica y encuentros presenciales periódicos.

El objetivo general que perseguimos con esta formación es brindar un trayecto de formación integral que permita a las y los participantes adquirir e intercambiar saberes, herramientas, experiencias y prácticas de promoción, organización y gestión de iniciativas socioeconómicas sustentables en turismo en el territorio local. Lo que pretendemos es favorecer el desarrollo de emprendimientos y proyectos en el marco del fortalecimiento de procesos locales vinculados a la interfase entre el turismo y el desarrollo socioeconómico territorial. Todo el trabajo realizado en el Diploma contribuye, por lo tanto, con la organización e implementación de prestaciones, productos y servicios de turismo y excursionismo sobre la base de la construcción de circuitos e iniciativas socioeconómicas sostenibles en los territorios.

En lo estrictamente pedagógico, el Diploma se concibe como un espacio de aprendizaje, diálogo y reflexión en el que convergen saberes académicos y saberes de la experiencia de las y los participantes, ya que por tratarse de un Diploma de Extensión Universitaria no se requiere titulación de nivel secundario para poder cursar y requiere recoger la experiencia de búsquedas y saberes de inserción sociolaboral de nuestro estudiantado, particularmente respecto de las actividades turísticas.

Por ese motivo, se desarrolla desde una metodología participativa de taller orientada a la construcción de una comunidad de aprendizaje. El acompañamiento de la comunidad de aprendizaje se implementa desde el equipo docente organizado por asignatura, recuperando de esta manera los contenidos curriculares en diálogo con saberes territoriales y de la vida de las y los estudiantes y las trayectorias de aplicación e integración de aprendizajes en los proyectos territoriales. Se procura en la medida de lo posible trabajar en pareja pedagógica, garantizando la planificación por asignatura y la articulación para la construcción del diagnóstico y el diseño de las instancias de evaluación, desde el trabajo colectivo del equipo general de docentes.

A partir de noviembre de 2021, el Diploma se implementa en convenio con entidades de apoyo, organizaciones de segundo grado y, sobre todo, gobiernos locales y/o provinciales. En una primera edición, desde esa fecha, el Diploma se dictó en acuerdo con la Municipalidad de Winifreda (provincia de La Pampa) y el Municipio de Tapalqué (provincia de Buenos Aires), con 40 cursantes y 20 egresados. En la actualidad, a partir de su inclusión en el Programa Puentes de la Provincia de Buenos Aires, se está desarrollando en los municipios de Villa Gesell y Exaltación de la Cruz (provincia de Buenos Aires)

Entre los antecedentes de la UNQ para llevar adelante esta propuesta, es importante remarcar que esta Universidad cuenta con carreras de Turismo desde el año 2005 y de Administración Hotelera desde el año 1989 y que desde el 2009 se llevan adelante acciones de extensión y posteriormente docencia, investigación e incubación social en un Área hoy consolidada de Economía Social y Solidaria. En 2014 la UNQ crea la Incubadora de turismo socio-solidario de base comunitaria para intervenir con agregados de valor económico y transferencia de tecnologías sociales en la interfase entre la economía popular, social y solidaria y el turismo. Desde ese momento la UNQ desarrolla su experiencia de trabajo con emprendimientos que ofrecen prestaciones de servicios turísticos y articulan desde esas prestaciones otros productos y servicios territoriales. Desde el punto de vista conceptual, nos posicionamos en el enfoque de la extensión crítica (Tommasino y Agustín, 2016) y comunitaria (Pastore, 2019), en el concepto de turismo socio solidario de base comunitaria (Azeglio, Lizurek y Díaz, 2020), en la perspectiva del desarrollo socioeconómico territorial (Quevedo Delfín, 2013; Ballesteros et al., 2021) y en el modelo de la incubación de procesos en turismo en vinculación con la incubación de emprendimientos (García, 2023).

El sentido de nuestra intervención universitaria dialoga con escenarios locales y globales que también fundamentan la necesidad del Diploma. Existe una multiplicidad de alternativas socioeconómicas aplicadas por muchas comunidades y gobiernos locales en Argentina y la región en el ámbito de la prestación de servicios turísticos, dando lugar al diseño de productos y destinos con una perspectiva territorial y comunitaria en turismo. Estas iniciativas locales se dan en el marco de una crisis estructural del mercado de trabajo y del sistema de organización de la vida moderna. Observamos que tales iniciativas se despliegan en una precisa articulación con otras estrategias socioeconómicas y

productivas territoriales, las administraciones locales y otros actores sociales. Tienen potencial para constituirse como proyectos económicos estratégicos vinculados a procesos de organización social, que ponen el acento en los sujetos y en los territorios y en vínculo con aquellos enfoques del turismo que hacen énfasis en la ruralidad, la cercanía, la autenticidad y la comunidad (Ballesteros et al, 2021).

En este espacio de intervención multidimensional, la experiencia y la articulación de saberes interdisciplinarios del turismo, la psicología, la sociología, la economía, la antropología, la comunicación social ha sido fundamental. En el Diploma, además de contar con un equipo docente diverso en sus recorridos y experiencias formativas, procuramos articular esas trayectorias con la experiencia de equipos de otras instituciones y universidades, incorporando docentes del movimiento cooperativo, de otras Universidades como la UNLP con su desarrollo vinculado al Turismo Comunitario y la Ruralidad (Gomez, Garcia, Lacko, Gutierrez, Rossi, Pedetti, 2023) y la UNDAV con su experiencia vinculada a la Guida Comunitaria, por ejemplo.

Una experiencia significativa a considerar como resultado del Diploma, además de la sistematización y profesionalización de los emprendimientos participantes, es la consolidación de redes locales de emprendedores y la organización formal de varias cooperativas de servicios turísticos. En el caso del Municipio de Tapalqué en particular esto dio lugar a la presentación de una de estas cooperativas en la Licitación del Hotel Municipal que actualmente se encuentran gestionando con apoyo de la Incubadora de Turismo socio solidario de base comunitaria de la UNQ, la Cooperativa del Hotel Pipinas Viva que articula y transfiere saberes y la Licenciatura en Administración Hotelera de la UNQ.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Azeglio A. Lizurek M. Diaz. C; (2020). *El turismo socio solidario de base comunitaria en Argentina: premisas para una búsqueda epistemológica*. Bernal: Unidad de Publicaciones - Departamento de Economía y Administración - Universidad Nacional de Quilmes. ISBN 978-987-558-685-7 Recuperado de: <https://deya.unq.edu.ar/2020/10/el-turismo-socio-solidario-de-base-comunitaria-en-argentina-premisas-para-una-busqueda-epistemologica/>

Ballesteros, L., Dieguez, L., García, D., Gómez, S., Lizurek, L., Prado, L., Romero, A., Rossi, E., Juarez, P., Marin, M., Ricci, A. P., Vigne Carpi, A. (2021) *Enfoques y herramientas para proyectos turísticos locales en clave de desarrollo socio-económico. Guía orientadora*. La Plata: PBA Sustentable. Recuperado de: [Enfoques y herramientas para proyectos turísticos locales_22-02-14.pdf](#)

García, D (2023) “Recorridos de la extensión a la investigación, la docencia y la incubación en clave de economía social y solidaria” en Gómez, S. B., García, D., Lacko, E., Gutierrez, N., Rossi, E. y Pedetti, M. (2023). *Actas de las Jornadas Turismo, Comunidades y Ruralidad: debates y construcción de sentidos desde los territorios*. Pág. 56-63. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/151552>

Gómez, S. B., García, D., Lacko, E., Gutierrez, N., Rossi, E. y Pedetti, M. (2023). *Actas de las Jornadas Turismo, Comunidades y Ruralidad: debates y construcción de sentidos desde los territorios*. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/151552>

Pastore, R. (2019) “Estrategias de vinculación universitaria para el fortalecimiento de la

economía social y solidaria” *Otra Economía*, 12 (21), Pág. 231 - 247. Recuperado de: <https://www.revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14787>

Quevedo Delfín, L. A. B. (2013). Evolución del Desarrollo Socio-Económico a escala territorial: el caso de la provincia Cienfuegos. *Universidad y Sociedad*, 5 (1). Recuperado a partir de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/441>

Tomassino, H., y Agustín, C. (2016). “Avances y retrocesos de la extensión crítica en la Universidad de la República de Uruguay”. *Masquedós - Rev. de Extensión Universitaria*, (1), 14. Recuperado de <https://ojs.extension.unicen.edu.ar/index.php/masquedos/article/view/3>

Mesa de Trabajo N°16: Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

EXPERIENCIAS DE EXTENSIÓN Y COOPERACIÓN DE TURISMO RURAL. EL CASO DEL MUNICIPIO DE SALADILLO

Fernández Sandra, Fránces Monica, Machaca Cabrera Natalia.

Facultad de Agronomía, Cátedra de Turismo Rural, Universidad de Buenos Aires

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA Y ASPECTOS RELEVANTES

La Universidad de Buenos Aires (UBA), desde el año 2000, empieza a incursionar en la formación de turismo rural en Argentina, mediante la oferta de cursos de actualización y posgrado. El año 2007 fue la gestión en la que se empieza a desarrollar el proyecto de una Tecnicatura en Turismo Rural; dos años después, se crea la Cátedra en Turismo Rural, Unidad Académica dependiente de la Facultad de Agronomía (FAUBA) y, de este modo, empieza a operar la Tecnicatura.

En el marco de las actividades de la Cátedra y la Tecnicatura, se empieza a trabajar en proyectos de extensión y cooperación universitaria que buscaron dar respuesta a las acciones e iniciativas de localidades rurales que demandaron apoyos específicos de formación y capacitación en turismo rural, tanto a nivel institucional y gubernamental como en los ámbitos de formación universitaria. De este modo, la Cátedra bajo proyectos de extensión y cooperación busco, en primera instancia, brindar herramientas que permitan acompañar y fortalecer experiencias de turismo rural y, en segundo lugar, dinamizar redes de turismo rural, a través de vínculos entre productores, prestadores turísticos, centros de formación y representantes gubernamentales a escala municipal.

Saladillo es una localidad rural de la provincia de Buenos Aires dedicada, principalmente, a la producción agropecuaria. En los últimos años, se evidencia una migración creciente de pobladores, principalmente de jóvenes, a los centros urbanos más cercanos y, así también, se enfrenta inestabilidad de los precios y una estacionalidad de ingresos que generan vulnerabilidad financiera. Como respuesta parcial a esta situación, se detectan acciones incipientes de turismo rural con características todavía empíricas y artesanales, debido a que no cuentan con personal técnico calificado y con limitado apoyo económico y técnico.

De este modo, se suscribe un convenio general y dos específicos con el Municipio de Saladillo, mediante el Centro Universitario Regional Saladillo (CURS), para el desarrollo de dos diplomaturas⁷⁷, implementadas en el período 2021 y 2022: la “Diplomatura en Diseño e Implementación de Productos Turísticos Rurales Sustentables con Enfoque

⁷⁷ La primera diplomatura tuvo una carga horaria de 110 horas y los módulos dictados fueron: Sistema agroturístico rural, Identificación y valoración de recursos/atractivos turísticos patrimoniales, Diseño de productos y destinos turísticos rurales, Dispositivo interpretativo y Promoción y difusión. La segunda diplomatura tuvo una carga horaria de 100 horas y se estructuró bajo los siguientes módulos: El sistema agroturístico industrial, Proceso emprendedor, Generación de valor I, Generación de valor II, Captura de valor y Entrega de valor.

Interpretativo Territorial” y, posteriormente, la “Diplomatura en Técnicas y Prácticas para Formular, Validar y Gestionar Emprendimientos de Turismo Rural”.

Ambas diplomaturas constituyeron en una respuesta técnica y académica a las problemáticas y necesidades económicas y sociales visibilizadas en Saladillo. Las propuestas académicas se enfocan en la capacitación y actualización de herramientas de promoción, desarrollo y fortalecimiento de productos, servicios y emprendimientos del turismo rural. El diseño programático y metodológico está pensado para emprendedores con diferentes niveles de desarrollo de sus iniciativas y con una variedad de propuestas; más concretamente: a) emprendedores que tengan una idea pero que no conozcan el proceso de formulación; b) emprendedores que ya tengan formulado un proyecto, pero no haya sido validado y c) emprendedores que tengan un emprendimiento en actividad menor a dos años y aún no haya escalado.

Como resultado parcial de ambas diplomaturas, se identifica la necesidad de conformación de una red de trabajo colaborativo de emprendedoras/es de Saladillo y localidades cercanas. En un primer momento, la red de turismo rural fue pensada, dialogada y creada por seis mujeres emprendedoras⁷⁸, provenientes de las localidades de Saladillo, Cazón, Del Carril y del Municipio de Las Flores. Las iniciativas, articulan diferentes productos y servicios vinculados a las producciones agropecuarias y las particularidades culturales.

En acompañamiento a esta situación, FAUBA y la Cátedra han realizado acciones iniciales para intercambiar ideas sobre la necesidad de la conformación de esta red local, llevando a cabo varios encuentros en el Municipio y en la FAUBA; además, de actividades que propicien el acercamiento entre emprendedores y gobierno local. De este modo, esta gestión 2023, se aprueba el proyecto “Conformación de una red asociativa de servicios de turismo rural en el Municipio de Saladillo, Provincia de Buenos Aires”, otorgado bajo acreditación y financiamiento de la Convocatoria a Proyectos de Desarrollo Estratégico 2023.

PRINCIPALES LECCIONES Y/O CONCLUSIONES

Las experiencias de ambas diplomaturas permitieron fortalecer tres aspectos principales: la cualificación de las iniciativas iniciales de turismo rural, mediante capacitaciones y asistencia técnica; el reconocimiento de los beneficios del trabajo integrado y articulado en una red de turismo rural, objetivo en el que se trabajará, en profundidad, en la implementación del proyecto de extensión universitaria esta gestión 2023; y, en tercer lugar, el fortalecimiento de la articulación de los emprendedores y los representantes gubernamentales.

Así también, consideramos que los resultados de la implementación de las dos diplomaturas y la gestación de la red están generando impactos positivos, iniciales, a nivel integral, tanto en lo económico, como en lo socio cultural y ambiental. A nivel local, el turismo se está instaurando como una alternativa viable para la generación de mayores ingresos económicos y de diversificación de las actividades agrícolas y ganaderas. A

⁷⁸ María Dellatorre, Marisa Goyeneche, Carolina Andraca, Paula Andrés, Graciela Córdoba y Paola del Valle. Actualmente, la conformación de la red de turismo rural tiene una instancia embrionaria, pero con un alto potencial. Los emprendimientos que conforman la red, provienen de las localidades de Saladillo, Cazón, Del Carril y del Municipio de Las Flores.

nivel personal, cada emprendedor ha construido escenarios de proyección de sus propios emprendimientos, han validado productos y servicios e identificado sus necesidades y requerimientos; actualmente, algunos de los emprendimientos ya están empezando a poner en práctica sus proyectos de turismo rural. A nivel municipal, se ha generado una nueva dinámica de comunicación buscando la interacción con la nueva oferta de emprendedores, acercamiento y propuestas de participación en espacios de feria y fiestas locales. A nivel ecosistema emprendedor, se comienza a reconocer consultas e invitaciones a dialogar por parte de redes y nodos de redes a nivel provincial.

Ambas experiencias de extensión y cooperación, al igual que las diversas actividades de la Cátedra, permiten abrir espacios de contraste entre las propuestas tradicionales de formación en turismo y las demandas emergentes de comunidades locales que están desarrollando, de manera cada vez más creciente y diversificada, iniciativas de turismo rural en varias provincias de Argentina. Del mismo modo, estas experiencias nos permiten reforzar la necesidad de desarrollo de contenidos ajustados a las necesidades locales y con espacios de actividades participativas en la elaboración de los contenidos como en la evaluación de los criterios de aprobación, utilidad, aplicación y solución a problemas socio-productivos.

El avance del trabajo en red constituye un proceso de crecimiento y construcción de capital social, que garantiza que los emprendedores puedan escalar sus productos y/o servicios y a optimizar los recursos propios en el marco de un entramado social que permite mejorar. Sistematizar estas experiencias nos han permitido generar más propuestas orientadas a potenciar el desarrollo emprendedor en la ruralidad y en red.

Mesa de Trabajo N°16: Experiencias asociativas de turismo de base comunitaria: tensiones y aprendizajes

UNA EXPERIENCIA DE ELABORACIÓN DE UN MAPA INTERACTIVO TURÍSTICO-COMUNITARIO JUNTO A LOS PRODUCTORES DEL PERIURBANO PLATENSE

Gómez Silvina, Marozzi Carla, Rossi Elisabet, Molinari Gloria, Márquez Gonzalo, Mostacero Solange, Sosa Rocío, Doucet David, Taus Yamila, Pestana Carlos, Hidalgo Valentina, Magnin Lucía.

Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de La Plata.

Nadia Voscoboinik.

Facultad de Ciencias Naturales y Museo, Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN

El proyecto en el cual se enmarca la construcción del mapa virtual interactivo comienza en el año 2013, y continúa en la actualidad mediante el programa de extensión universitaria “Turismo, patrimonio y desarrollo en el periurbano platense” y del proyecto de extensión universitaria específica “Senderos turísticos recreativos en el periurbano platense”. Desde principios del siglo XX, el periurbano platense fue una zona destinada a la producción de productos primarios, en la cual se fueron asentando migrantes de diferentes nacionalidades, a través de distintas oleadas migratorias, los cuales se dedicaron a la producción hortícola y florícola. Actualmente, la población está compuesta por un alto porcentaje de migrantes que llegaron en diferentes períodos históricos, por sus descendientes y por criollos.

A pesar de la rica historia de la zona, tanto desde el enfoque productivo como desde el sociocultural, la misma no es reconocida o valorada por la población urbana de la ciudad de La Plata. Según los datos recabados de las encuestas realizadas durante recorridos turísticos a quintas y viveros durante los años 2018 y 2019, el 66% de quienes han asistido a las mismas, y siendo residentes de la ciudad, no conocían la zona (Mostacero, et al, 2023)

Esta falta de visibilización y reconocimiento es un aspecto que los productores señalan como negativo, ya que, si bien los afecta por cómo son considerados por el resto de la población de la ciudad y zonas periféricas, también incide en las formas en que los gobiernos local y provincial los consideran a la hora de trazar políticas públicas, teniendo como consecuencia que la mayoría de las veces no son tenidos en cuenta.

Desde el proyecto, y a través del desarrollo de distintas actividades, se buscó construir un vínculo entre los productores de las comunidades locales y el equipo extensionista, con el objetivo de articular proyectos de trabajo conjunto. Partimos de reconocer y valorar los saberes de la población local con la cual trabajamos, así como de la diversidad cultural que hay en el territorio y las problemáticas que son vividas desde su experiencia.

Entre las actividades realizadas junto a los productores, se destacan:

- La creación y gestión de recorridos a las quintas y viveros de la zona, como práctica de promoción del turismo local y comunitario. Esta actividad pone en relación a productores y productoras rurales y periurbanos con consumidores y

consumidoras urbanas que visitan las quintas, que escuchan a quienes producen, conocen sus historias de vida y sus problemáticas. Es una efectiva forma de sensibilización en relación con estos temas, que da un protagonismo central a las y los productores.

- El desarrollo de talleres en colegios de la región (ESB N°38 y ESB N°73 de Abasto), Escuela primaria n°57 (Colonia Urquiza), donde concurren hijos e hijas de los trabajadores rurales de los alrededores. En estos espacios, se pudo construir una imagen socioambiental de la dinámica local basada en la mirada de los adolescentes y docentes que participaron de los talleres.
- La activación, gestión y actualmente acompañamiento a un espacio de feria local autogestiva, denominada “Paseo de Productores en Abasto”, que funciona mensualmente. Esta actividad promueve la economía social y solidaria, ya que al participar productores locales, cuyas formas de organizarse responden a economías alternativas, consideramos que nuestro aporte como extensionistas de la universidad era fundamental para fortalecer dichas lógicas.
- Investigación acerca de los proyectos que se han realizado en relación al Periurbano platense, para reconocer áreas de vacancia en el trabajo con estas comunidades.

Un aspecto que desde 2018 queríamos abordar y no habíamos encontrado la forma y el tiempo para hacerlo, fue la creación de contenidos que dieran cuenta de aquello sucedía en los espacios presenciales de intercambio con los y las productoras. Nos referimos a esos contenidos intangibles que constituían parte del universo discursivo de la población con la que se interactuaba, pero que sólo quedaba en sus palabras y que, por no lograr una materialidad que trasvasara los límites de la co-presencia, no lograba permear a sectores más alejados territorialmente de la sociedad, o sectores cercanos pero socialmente lejanos o en disputa de sentidos.

CONSTRUCCIÓN COLABORATIVA DE UN MAPA DIGITAL INTERACTIVO, TURÍSTICO COMUNITARIO

La construcción del mapa virtual comenzó a gestarse durante la pandemia de Covid 19, buscando una solución a la problemática del aislamiento social que no permitía realizar las visitas a las quintas de forma presencial. Sin embargo sus objetivos se configuraron con un carácter más amplio y en estrecha vinculación con los del proyecto, definiéndose como objetivos del mapa, contribuir a visibilizar y poner en valor el cordón verde de la ciudad de La Plata, su historia, sus pobladores y su producción; facilitar el vínculo entre los actores locales y externos (visitantes, consumidores, gestores); constituirse como herramienta de planificación turística.

Durante el año 2020 se realizaron reuniones virtuales del grupo extensionista para comenzar a trabajar el mapa. Continuando la línea de trabajo de años anteriores, se definió continuar con una metodología de trabajo colaborativa junto a los productores, a quienes se les fue consultando sobre la idea y el desarrollo del mismo. En este sentido, entendemos que la investigación colaborativa o etnografía colaborativa se trata de “un lugar crucial donde el conocimiento es creado en colaboración” (Rappaport, 2018, p. 325) y que resulta productiva / útil tanto para la comunidad académica como para el grupo de personas con las cuales se trabaja; es un espacio de co-teorización (Rappaport, 2018). Por lo tanto implica que no sólo se persigan fines académicos, sino que haya un compromiso con la población con quien se trabaja y que sus necesidades definidas desde la perspectiva de la propia población sean consideradas como elementos principales en la determinación de

las acciones de investigación (Rappaport, 2018). A partir de esta metodología, en primer lugar se realizó una ronda de consultas con los y las productores sobre la idea del mapa, que les pareció bien. Luego desde el equipo extensionista, a través de reuniones periódicas virtuales, se estableció un documento de planificación integrado en el que se fue tomando registro de las ideas surgidas y de las decisiones tomadas. En el comienzo del proceso se trabajó durante meses la selección de las herramientas digitales sobre las cuales se volcaría el mapa, y se probaron varias plataformas que suponían distintas posibilidades y limitaciones para compartir contenidos (Google mapas, canva, genially, entre otras). Luego se establecieron varios debates acerca de qué contenidos se subirían al mapa y cómo estaban vinculadas entre sí. Finalmente, con la asistencia del área de Arte y Cultura⁷⁹ de la Secretaría de Políticas Sociales de la UNLP, se trabajó sobre los sentidos del mapa, los formatos y lenguajes posibles de ser incorporados al mismo.

La siguiente etapa supuso establecer las estaciones que se creían más importantes, las cuales fueron el resultado del trabajo colaborativo realizado en conjunto como parte del proyecto, a través de jornadas de mapeo colectivo, entrevistas, experiencias previas del Sendero Turístico y jornadas de filmación. Las estaciones sobre las que se trabajó en un inicio fueron: “Los Productores”, el Museo, La Plaza Ma. Auxiliadora, “El paseo de productores en Abasto”, la calle 208, las tormentas, entre otros. Sobre estas se fue recopilando información para luego definir los formatos bajo los cuales cada estación sería construida.

Una vez que las estaciones principales estuvieron avanzadas, se propuso un espacio de intercambio con los y las productoras, con el fin de que pudieran recorrer el mapa y participar de su producción. Se dividieron en mesas de trabajo conjuntas donde los integrantes del proyecto fueron tomando nota de los aportes de los y las productoras. Se plantearon temas diversos, desde la inserción de instituciones que no habían sido tomadas en cuenta y que informan de la constante reconfiguración organizacional del sector productivo, hasta propuestas temáticas, como visualizar de forma explícita y como tema específico la heterogeneidad cultural del territorio. Asimismo sumaron informaciones específicas y corrigieron errores donde los encontraron. Esta reunión, a la vez que logró enriquecer la propuesta del mapa, aportó una nueva lectura del territorio que se superponía a las lecturas previas, dando lugar a un diálogo de doble vía.

REFLEXIONES FINALES EN TORNO A LOS SENTIDOS DE UN MAPA INTERACTIVO TURÍSTICO-COMUNITARIO

El mapa en su carácter turístico muestra un proceso de activación identitaria y patrimonial local, así como los principales espacios a ser visitados y brinda información para acercarse a personas de dentro o fuera de la localidad a dicho espacio. El mapa turístico en este caso se presenta como una invitación y un ardid para abordajes más profundos sobre el territorio. El mapa no se constituye en simplificación de un territorio estático sino que en una invitación a explorar ese espacio de forma activa, adentrándose en la complejidad de un escenario social complejo.

En términos comunitarios, el mapa no sólo presenta los espacios que para la población local son relevantes y constituyen su identidad, sino que visibiliza algunas de sus formas de organización social, sus logros y preocupaciones. Al haber participado vecinos y vecinas e integrantes de organizaciones territoriales en distintas etapas de su elaboración, el mapa también es una forma de evidenciar cómo la población local percibe su territorio. Sin embargo, el mapa no exhibe sólo la perspectiva de la población local, sino que

⁷⁹ Espacio en aquel momento coordinado por Luciana Lugones.

evidencia el proceso colaborativo de su construcción en tanto está atravesado por desarrollos conceptuales que circulan en el diálogo de la universidad- territorios. Así se encuentran volcados en el mapa dimensiones y reflexiones sobre aspectos como son el sistema productivo, la sustentabilidad, los aspectos socioculturales, que se han elaborado a través de los años, en el diálogo con productores y productoras con el equipo de extensión.

Como herramienta de visibilización de todo lo explicado anteriormente, el mapa es además una herramienta comunicacional e incluso educativa. La interactividad como atributo principal del mapa, permite la exploración de la propuesta de acuerdo a los intereses propios de cada usuario, despertando el interés y curiosidad, elementos básicos de cualquier situación de aprendizaje. Por ello se considera que el mapa es un elemento potenciador del encuentro y del conocimiento entre poblaciones, que se encuentra abierto a quien quiera visitarlo y recorrerlo, de esta manera mantiene el contacto permanente entre la comunidad en general y los protagonistas del mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Mostacero, S; Taus, Y; Alvarez, L; Morales Blanco, N; Roque, T. (2023). Senderos que transforman: análisis de los aportes de las recorridas turísticas para la transformación de concepciones e ideas previas. En Gómez, S. (Coord) García, D.; Lacko, E.; Gutiérrez, N.; Rossi, E.; Pedetti, M. (Eds). Actas de las Jornadas Turismo Comunidades y Ruralidad: debates y construcción de sentidos desde los territorios. 1a ed. - La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas, 2023. Libro Digital. ISBN 978-950-34-2231-1

Rappaport, J., Leyva, X., Alonso, J., Hernández, R. A., Escobar, A., Köhler, A., Cumes, A., Sandoval, R., Speed, S., Blaser, M., Krotz, E., Piñacué, S., Nahuelpan, H., Macleod, M., Intzín, J. L., García, J. L., Báez, M., Bolaños, G., Restrepo, E., ... de Sousa Santos, B. (2018). Más allá de la observación participante: la etnografía colaborativa como innovación teórica. In *Prácticas otras de conocimiento(s): Entre crisis, entre guerras. Tomo I* (pp. 323–352). CLACSO. <https://doi.org/10.2307/j.ctvn5tzv7.16>

POSTERS

————— ■
XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023
■ —————



LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y LOS DESTINOS TURÍSTICOS EN PANDEMIA Y POST PANDEMIA. CASO: PROVINCIA DE MISIONES, ARGENTINA

Dieckow Liliana, Balustra Carlos, Castells Claudia, Groh Marcelo, Kremar Ariel, De Luca Anabella, Silva Lucas, Maciel Aldo, Gutiérrez Fernando, Gacete Fausto.

Universidad Nacional de Misiones

INTRODUCCIÓN

Este resumen presenta avances del proyecto de investigación acreditado titulado “Las experiencias turísticas en la provincia de Misiones. Los aportes del Neuromarketing y la Tecnología en los nuevos escenarios de mercado” (Código 16/H 1408) al plantear sus bases teóricas y abordar el objetivo específico N°4 que analiza el impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTICs) y en turismo (TICT) en la gestión de los destinos turísticos, considerando sus agentes privados y públicos. Se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué avances en materia de tecnologías e inteligencia de la información se han dado en los últimos años y en particular a partir de la pandemia del Covid 19 en los destinos turísticos de Misiones? ¿En qué medida el destino turístico se apropió de las TICs y las aplicó a una mejora del vínculo turista - destino?

Los objetivos de este poster son:

Objetivo general

Analizar el impacto de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en la gestión de los destinos turísticos, considerando sus agentes privados y públicos de Misiones.

Objetivos específicos

1. Analizar la relación /tensión entre los conceptos de destinos turísticos y los que abordan las TICs.
2. Analizar las situaciones generadas en la pandemia y post pandemia en relación a las TICs de los destinos turísticos de Misiones.
3. Identificar los avances concretos de las TICs en los agentes públicos y privados de los destinos turísticos.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Un concepto central a abordar en la investigación son las ciudades y los destinos inteligentes. Se define *Smart City* o Ciudad Inteligente, “como aquella capaz de gestionar los recursos y las fuentes de energía de manera óptima, para mejorar la calidad de vida de las personas y del entorno, optimizando los servicios y mejorando su rentabilidad de uso; englobando aspectos sociales, técnicos, políticos y funcionales”. (Colado García, 2014, p. 19). En la práctica, una *Smart City*, “es una ciudad comprometida con su entorno, tanto desde el punto de vista medioambiental como en lo relativo a los elementos culturales e históricos y donde las infraestructuras están dotadas de soluciones tecnológicas para aportar un servicio más eficiente a los ciudadanos haciendo su vida más fácil, cómoda y

segura” (Colado García, 2014, p. 19). Se entiende que estos procedimientos técnicos y sociales se dan a partir del uso de la TICs (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y las NTICs (Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación), dado que permiten disponer de herramientas y mecanismos de gestión y control automáticos y remotos que aseguran la adecuada implementación de los servicios que forman parte de una *smart city*. La utilización de las TICs en los destinos y las empresas (y en las de servicios, sobre todo) se ha convertido en un elemento fundamental, debido a la facilidad de acceso y a la cantidad de información que las mismas pueden obtener de sus clientes actuales y potenciales, pudiendo de esta manera, tomar mejores decisiones para sus negocios. En este sentido, resulta interesante lo que expresa el autor Jeremy Rifkin, “... estamos realizando la transición a lo que los economistas llaman una “economía de experiencias” (Rifkin, 2004, p. 18). Por su parte, los Destinos Turísticos Inteligentes pueden entenderse como “un territorio accesible para todos, que hace uso de la innovación y la tecnología, garantiza el desarrollo turístico sostenible en sus tres vertientes (económico, sociocultural y medioambiental) para mejorar la experiencia del turista y la calidad de vida del ciudadano y está gobernado por un ente gestor” (Inteligencia Territorial Argentina. Miradas para el Desarrollo; 2021, p. 175). “... la dimensión de lo inteligente en turismo involucra la aplicación de tecnologías para la obtención, sistematización y gestión de datos para construir, reproducir o articular diferentes estrategias políticas e institucionales, asociados a políticas públicas que promuevan modelos de desarrollo que mejoren la calidad de vida, la sostenibilidad y el equilibrio territorial, reafirmando el federalismo y favoreciendo el arraigo y las economías locales.” (Inteligencia Territorial Argentina. Miradas para el Desarrollo; 2021, p. 175).

Por otro lado, se pone de manifiesto una línea de discusión sumamente significativa en torno a las tecnologías de la comunicación y el turismo. Se toma en cuenta el documento elaborado por John Tribe y Mucha Mkono (2017) en el cual se aborda la tensión entre la autenticidad y la experiencia turística. Se pone de relieve, y se profundiza en la autenticidad del turista en ejercicio del consumo turístico, es decir, no se enfoca en la autenticidad de los objetos de visita, cuyo control escapa al turista según se expresa en el mismo documento. Se someten a análisis conceptos como alienación, de allí el neologismo *e-lienation*, que según definen los autores se trata de “las consecuencias negativas de las TIC en la experiencia turística” (Tribe-Mkono, 2017 p. 13). Es probable que pocas personas nieguen que las TIC hayan mejorado el acceso al consumo turístico para una mayor cantidad de personas. Pero, ¿es también acertado afirmar que no hay consecuencias no deseadas en el uso de las mismas en la actualidad? En cualquier aspecto posible de discusión, este trabajo toma en cuenta esta línea de análisis en un enfoque crítico e integral de las tecnologías en el consumo turístico, tanto para el sujeto en cuestión (turista) como los objetos y sus facilidades (destinos turísticos).

METODOLOGÍA

Este poster presenta resultados parciales de un estudio exploratorio y descriptivo, basado en fuentes secundarias (libros, tesis de maestría, artículos científicos, artículos de diarios provinciales) y de las fuentes primarias mediante el método cualitativo (entrevistas) a referentes del sector a través del muestreo teórico y posterior análisis de contenido.

DISCUSIÓN

El turismo genera en Misiones más de 15 mil empleos directos relacionados al turismo y aporta aproximadamente el 4% del PBG provincial (www.misionesonline.net, 2016). En tanto política de estado de la provincia, sus efectos se observan en las obras de infraestructura (caminos pavimentados y conexiones de internet) y capacitaciones (por ejemplo, Misiones INNOVA) e inversiones privadas (nuevos alojamientos, establecimientos gastronómicos, entre otros) en todo su territorio. El turismo en Misiones tuvo un aumento en cuanto a visitas turísticas muy destacando, llegando al año 2018 con un incremento del 12% y en el año 2019 un aumento del 10%, alcanzando 1.650.000 visitantes a las Cataratas del Río Iguazú (Observatorio para el desarrollo económico de Misiones 2016, <https://www.ugd.edu.ar/la-universidad/la-ugd/observatorios/144-editorial-dachary/revistas/odem/653-revista-informe-estadistico-observatorio-para-el-desarrollo-economico-de-misiones-primer-semester-del-2016-numero-1>, 20/05/2016)

Con la Pandemia del Covid -19 (virus del SARS Cov - 2) se debieron tomar medidas de aislamiento (ASPO) y distanciamiento (DISPO) que llevaron a cambios en el mercado turístico, obligando a las empresas a aplicar estrategias para hacer frente a esta coyuntura desde el cierre temporario de sus establecimientos (hoteles en Iguazú) a reducción de personal. Desde el gobierno argentino, se implementaron diversas medidas y recursos financieros de mitigación para recuperar el turismo, entre las que se destacan: los ATP el IFE, el Previaje 1 y la reapertura gradual de los establecimientos turísticos. (<https://www.argentina.gob.ar/economia/politicatributaria/covid19/trabajoyproduccion>, 10/06/2020). En una entrevista realizada a la Sra. Patricia Durán Vaca, propietaria de una agencia de viajes y hoteles en Puerto Iguazú, señalaba en junio de 2020 que “tenemos un presente inestable y un futuro incierto” ... pero “No debemos dejar de hacer lo que hacíamos antes como ciudad la sustentabilidad en todo sentido... Nuestra prioridad son las capacitaciones para colaboradores y la comunidad. También es muy importante la sinergia público- privado y la inversión del Estado como los ATP y el IFE” (entrevista del 27/06/2020).

La pandemia del COVID-19 generó efectos disruptivos en la relación con los destinos turísticos, mercados y las empresas. Surgen nuevas motivaciones como el contacto con la naturaleza y las tradiciones, nuevas ofertas e interés por alojamientos como las cabañas y lodges y lugares a redescubrir como los saltos del Moconá, nuevas actividades de contacto interpersonal, de especialización turística y de turismo activo que dieron lugar a nuevas formas de hacer turismo, generando un nuevo escenario disruptivo, con dificultades y gradual, pero muy alentador para el turismo en general. Estas acciones de los sectores privados y públicos generarían efectos positivos en el corto plazo con grandes oportunidades para aprovechar.

El año 2021 el turismo en Misiones alcanzó los 513.567 visitantes, de los cuales 19 mil fueron extranjeros (Misionesonline.net). El año 2022 cerró con casi 1.600.00 visitantes (Telam.com.ar, 29/12/2022) indicando la recuperación cercana al año 2019. En 2020, ante el cierre de las agencias de viajes, las nuevas tecnologías empiezan a ocupar un lugar significativo: el uso de las redes sociales, nuevas formas de contactar y vender viajes (uso de billeteras virtuales). En post pandemia, una vez reabiertas las agencias de viajes, ellas otorgan un rol relevante a los *community managers* y a las redes sociales. En Misiones no se estableció una ley de emergencia turística durante la pandemia, a diferencia de otras provincias como Entre Ríos o Jujuy que legislaron en específico para asistir al sector con medidas de mitigación del impacto negativo. Las acciones de asistencia y promoción de diversos aspectos del sector turístico misionero, se encargaron en acciones del Poder ejecutivo a través del organismo competente, el Ministerio de Turismo

(<https://www.telam.com.ar/notas/202010/522285-el-gobierno-de-misiones-avanza-en-buscar-soluciones-para-el-sector-turistico-de-puerto-iguazu.html>). Es un hecho que las demandas de la población y empresas afectadas por los efectos de la pandemia fueron numerosos y variados -sino todos- además del turismo.

En cuanto al análisis de los impactos de las TICT en los destinos, implica una revisión de los cambios registrados en post pandemia del COVID-19. Por un lado, los impactos en el marco del turismo de proximidades (Alba Soria, 2021) que en virtud de las restricciones para viajar grandes distancias se pone de relieve un concepto que se venía identificando como significativo, en algunos ámbitos académicos y típicamente en torno a los gestores de políticas públicas. Se destacan aspectos tales como la movilidad del turista en un territorio que le es familiar (proximidades), recorridos de ida y vuelta de corta distancia, así la variación en los motivos y la conformación del grupo de viaje en función de la percepción de la proximidad, entre otras. Ahora bien, estos tipos de consumos impactaron en municipios y sitios con alguna atracción de manera inédita. Los turistas que en época de normalidad tomaban sus vacaciones de larga distancia reconvirtieron algunas expectativas, pero otras se mantuvieron, poniendo en tensión la calidad de los servicios, capacidad de carga de atractivos y sitios de interés, así como también se puso en evidencia la falta de planificación en políticas públicas en determinados municipios (<https://www.elterritorio.com.ar/noticias/2021/12/26/732462-unas-cinco-mil-personas-aplacaron-el-calor-durante-el-fin-de-semana-en-los-saltos-del-tabay>)

Estos impactos en volumen de visitantes no previstos, derivó en políticas públicas municipales atento a las posibilidades de crecimiento de un sector que genera empleo y dinamiza las matrices económicas locales. A modo de ejemplo, se mencionan las ciudades de Eldorado y Posadas con inversiones dirigidas a mejorar servicios en el marco general de sus planificaciones estratégicas respectivas (<https://misionesonline.net/2022/03/17/eldorado-realizan-trabajos-para-poner-en-valor-lugares-turisticos/>) y (<https://misionesonline.net/2022/03/01/apertura-de-sesiones-lalo-stelatto/>). Desde el sector público, además de aplicaciones específicas (como Misiones digital), se destacan la creación de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), donde la ciudad de Posadas encabeza los avances en la provincia. Asimismo, Puerto Iguazú se adhirió a la Red Argentina de destinos turísticos inteligentes en el año 2021.

En definitiva, se denotan los cambios en la movilidad espacial del turismo. Desde 2020 y hasta 2021, un tipo de desplazamiento fue limitado, y ese hecho generó nuevos patrones de movilidad de viajeros y turistas (López Palomeque, F. *et al*; 2022, p. 114). La generación de consumidores de ocio (turistas) bien provistos de dispositivos y herramientas de usuario, empuja a las empresas y destinos turísticos (gestores públicos incluidos) a una adaptación casi siempre insuficiente para estar a la altura de esa revolución tecnológica. En Misiones se observan dificultades de las telecomunicaciones, en su destino más consagrado, Cataratas del Iguazú. Allí son frecuentes la falta de servicio eléctrico y agua, y la falta o disminución de la calidad del servicio de internet. Existe una brecha importante en la capacidad de los destinos turísticos (sectores públicos y privados) de Misiones, para afrontar el desafío de primero captar y luego atender el consumo turístico en el marco de un ecosistema digital con dificultades de infraestructura de base.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Se observa una escasa infraestructura en ciertos destinos. Además, la pandemia que, si bien ha generado grandes dificultades, también fomentó importantes oportunidades, tanto para la oferta, la demanda turística, como así también para la utilización de tecnologías turísticas en Misiones. La creatividad e innovación en el sector privado y público del

turismo con el surgimiento de nuevas ofertas y emprendimientos y el uso de nuevas tecnologías de la comunicación e información en turismo, han permitido llegar a los años 2022/23 con una demanda turística semejante al año de pre pandemia de 2019 y con una oferta nuevamente en condiciones normales de actividad.

FUENTES CONSULTADAS

- Argentina.gov.ar (10/06/2020). COVID-19: Medidas tributarias nacionales. URL: <https://www.argentina.gob.ar/economia/politicatributaria/covid-19-medidas-tributarias-nacionales10/06/2020>
- Beltrami, M., e.a. (2021). "Inteligencia Territorial Argentina. Miradas para el Desarrollo". Edición; Instituto Ciudades del Futuro (ICF) de la Fundación Ciudad de La Plata e Instituto de Ciencia y Tecnología (ICyTec) de la Universidad Nacional de Tres de Febrero. La Plata Buenos Aires, Argentina.
- Colado García, S.; e.a. (2014). *Smart city. Hacia la Gestión Inteligente*. Editorial Alfaomega Grupo. Col. del Valle, México.
- Diario El territorio (26/12/2021): Unas cinco mil personas aplacaron el calor durante el fin de semana en los saltos del Tabay. URL: <https://www.elterritorio.com.ar/noticias/2021/12/26/732462-unas-cinco-mil-personas-aplacaron-el-calor-durante-el-fin-de-semana-en-los-saltos-del-tabay>
- Diario Misionesonline (17/03/2023). Eldorado: realizan trabajos para poner en valor lugares turísticos. URL: <https://misionesonline.net/2022/03/17/eldorado-realizan-trabajos-para-poner-en-valor-lugares-turisticos/>
- Diario Misionesonline (22/04/2023). La apertura de sesiones Lalo Stelatto. URL: <https://misionesonline.net/2022/03/01/apertura-de-sesiones-lalo-stelatto/López>
- Diario Misionesonline (30/12/2020). Turismo en pandemia: la industria sin chimeneas fue una de las más afectadas en el 2020, pero en Misiones logró reinventarse atrayendo al viajero local. URL: <https://anuario.misionesonline.net/turismo-en-pandemia-la-industria-sin-chimeneas-fue-una-de-las-mas-afectadas-en-el-2020-pero-en-misiones-logro-reinventarse-atrayendo-al-viajero-local/>
- Diario Misionesonline (3 de enero de 2022). Turismo en Misiones. Más de 500 mil personas visitaron el parque Nacional Iguazú en 2021.
- Díaz - Soria, I. (2021). *El turismo de proximidad, ¿un paso hacia la transición ecológica?* Albasud (www.albasud.org)
- López Palomeque, F. (e.a.) (2022). *El turismo ¿fin de época? Desafíos de España como destino turístico en un nuevo escenario*. Ed. Universitat de Valencia, (E-book).
- Municipalidad de Posadas (22/04/2023). <https://turismoposadas.tur.ar/dti/index.html>;
- Rifkin, J. (2004). *La era del Acceso: La revolución de la nueva economía*. Editorial Paidós SAICF. Buenos Aires, Argentina.
- Telam.com.ar (7/10/2020). El gobierno de Misiones avanza en buscar soluciones para el sector turístico de Puerto Iguazú. URL: <https://www.telam.com.ar/notas/>
- Telam.com.ar (29/12/2022). En 2022 el turismo en Misiones generó ingresos por más de 30 mil millones de pesos. URL: <https://www.telam.com.ar/notas/>
- Tribe, J. y Mucha M. (2017). [Not such smart tourism? The concept of e-lienation](#), In: *Annals of Tourism Research* 66pp. 105-115 Elsevier Masson Traducción de los autores: "¿No es el turismo tan inteligente? El concepto de *e-lienation*".
- Universidad Gastón Dachary (2016). Informe estadístico. Observatorio para el desarrollo económico de Misiones. Primer semestre del 2016. Número 1. <https://www.ugd.edu.ar/la-universidad/la-ugd/observatorios/144-editorial-dachary/revistas/odem/653-revista->

[informe-estadistico-observatorio-para-el-desarrollo-economico-de-misiones-primer-
semestre-del-2016-numero-1](#)

LA IMPORTANCIA DEL PATRIMONIO CULTURAL Y SU CONTRIBUCIÓN AL TURISMO. CASO DE ANÁLISIS: EL ANFITEATRO MARTÍN FIERRO DE LA CIUDAD DE LA PLATA

Riestra Constanza.

Universidad Nacional de La Plata.

Pierucci Liliana.

Universidad Nacional de Río Negro, Sede Andina

RESUMEN

Se presentan los resultados y conclusiones obtenidas como parte del trabajo de investigación propuesto como Tesis de Licenciatura en Turismo, en la UNLP.

El patrimonio cultural y el turismo tienen una relación entramada de larga data puesto que, desde el comienzo de la actividad turística, los bienes culturales y patrimoniales integraron los atractivos más representativos de los destinos turísticos. Buscando responder a la pregunta, ¿qué relación tiene el patrimonio cultural del Paseo del Bosque y su correspondiente conservación con el turismo de la ciudad de La Plata? La tesis plantea la relación entre estos dos aspectos y cómo el patrimonio cultural puede sumarse como bien y recurso para la conformación de un “nuevo” atractivo turístico, haciendo hincapié en la importancia de la puesta en valor de un ejemplo de patrimonio arquitectónico que se sumaría como atractivo a la actividad turística de este destino, (una ciudad con 140 años y un reconocido patrimonio arquitectónico). Se toma como caso el Anfiteatro Martín Fierro, teatro⁸⁰ a cielo abierto que forma parte del Paseo del Bosque de esta ciudad y que actualmente se encuentra en un proceso de puesta en valor llevado a cabo conjuntamente por la Provincia de Buenos Aires y la Municipalidad de ciudad, que intenta revertir el estado de abandono y deterioro que lo caracteriza desde el año 2012.

El análisis abarca la investigación sobre la historia del anfiteatro desde sus comienzos (en el año 1902) hasta la actualidad y nos permite afirmar que su existencia está ligada a la identidad de La Plata a la vez que se constituye en un escenario donde naturaleza y cultura van de la mano para contribuir a la integración de este bien arquitectónico a la lista de los atractivos turísticos culturales con los que cuenta esta ciudad.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

El concepto de patrimonio se fue ampliando a lo largo del tiempo y se lo entiende y valora como escenario de múltiples manifestaciones del alma y de la historia de los pueblos. Herencias recibidas que, asimismo, tenemos la responsabilidad de legar a las siguientes generaciones. La ciudad de La Plata no es la excepción y con esta perspectiva que considera al patrimonio la base de la identidad y de la memoria colectiva de todos los argentinos (Arias Incolla, 2012), se aborda en esta investigación una parte de la herencia arquitectónica y natural platense.

Presentar la relación entre el turismo y el patrimonio cultural desde la ciudad de La Plata nos pone en el desafío de repensar el turismo y los paisajes culturales como estrategias de crecimiento para el propio sector turístico.

⁸⁰ Para hacer referencia al Anfiteatro Martín Fierro mejor conocido como Teatro del Lago, se tomarán los términos teatro y anfiteatro como sinónimos.

La ciudad de La Plata, mejor conocida como “Ciudad de las Diagonales”, fue fundada en noviembre de 1882 para ser la capital de la Provincia de Buenos Aires. Se la considera una de las mayores obras de ingeniería y urbanismo de la historia argentina hasta el siglo XX. Diseñada por el arquitecto Pedro Benoit quien le otorgó una característica de ciudad planificada, nueva, sin pasado, adquirió en el transcurso del tiempo su propia historia e identidad enriquecida por distintos aportes migratorios. Posee valiosos ejemplos de patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, incluyendo una declaratoria de Sitio Patrimonio de la Humanidad por UNESCO: la Casa Curutchet.

Una característica fundamental de la ciudad la constituyen sus espacios verdes. Debido a su diagramación, presenta uno cada seis cuadras dispuestos con criterios estacionales y paisajísticos sumando un total de 23 plazas y parques con diferentes plantaciones de árboles. Entre los más amplios e importantes se destaca el Paseo del Bosque, ubicado entre las calles 50 y 60, 1 y 122. Fue diseñado por Martín Iraola a partir del año 1862 y es considerado uno de los primeros bosques artificiales del país. Años más tarde, se fue conformando como el paseo que conocemos hoy, junto con la construcción del Hipódromo, el Chalet de los Gobernadores, el Observatorio Astronómico, el Museo de Ciencias Naturales, el Zoológico, el Anfiteatro Martín Fierro, la Facultad de Humanidades de la UNLP y las canchas de los clubes de fútbol Estudiantes y Gimnasia. Desde sus comienzos, el Paseo estuvo relacionado con actividades culturales, políticas y de esparcimiento y actualmente constituye uno de los principales atractivos de la ciudad. En este contexto se desarrolla la presente propuesta para revalorizar el Anfiteatro como un bien cultural, ejemplo del patrimonio arquitectónico e histórico local. Consideramos necesaria su activación patrimonial, una acción concreta a partir de la cual la comunidad podrá otorgar y reconocer los valores a este bien de carácter cultural y natural tanto en el presente como en el futuro. Por ello mismo, se decidió llevar a cabo esta investigación atendiendo la importancia de conservar este edificio, su historia, y la transmisión de sus valores a la comunidad y a los visitantes. Conocerlo para valorarlo, para conservarlo y para repensar las políticas públicas sostenidas en el tiempo, tanto culturales como patrimoniales y turísticas de la ciudad. El Anfiteatro Martín Fierro representa una arquitectura de larga presencia que sin embargo muestra muchos años de abandono. Su revalorización sumaría no solo al desarrollo del turismo sino principalmente al fortalecimiento de la identidad, la historia y la cultura de la ciudad de La Plata.

Dada su importancia está incluido en el listado de bienes patrimoniales de Buenos Aires y La Plata dentro del proyecto “Dos Capitales”, presentado en la lista indicativa de Patrimonio de la Humanidad de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) en 2018.

La tesis intenta dar cuenta de la complejidad y riqueza de la relación turismo, patrimonio e identidad con una perspectiva sostenible a partir de este bien cultural. El objetivo general es destacar la importancia de la puesta en valor y la conservación del patrimonio cultural arquitectónico y su relación directa con el turismo. A lo largo de la misma se pudo recuperar el valor cultural del Anfiteatro Martín Fierro y su importancia dentro del patrimonio arquitectónico y la historia de la ciudad estableciendo una relación directa entre la puesta en valor del Anfiteatro y el desarrollo de la modalidad de turismo cultural con la escala local.

Se espera que el trabajo contribuya a ampliar la información actual acerca del Anfiteatro Martín Fierro como patrimonio cultural, principalmente desde el punto de vista de su relación con el turismo ya que la mayoría de las investigaciones sobre el teatro se basan en su arquitectura y su conservación. De esta manera se podrá aportar una perspectiva que resalta la importancia de la conservación del Anfiteatro como patrimonio y sumar un atractivo para quienes disfrutan de la modalidad del turismo cultural en la ciudad.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este trabajo y alcanzar los objetivos del mismo se empleó el método de investigación cuanti y cualitativa. Entre otras, se aplicaron diversas técnicas cualitativas tales como la revisión bibliográfica y de prensa y las encuestas semi estructuradas con un muestreo no probabilístico casual, es decir, que las muestras se conformaron con voluntarios que dieron lugar a unidades muestrales obtenidas en forma casual a partir de las cuales se pudieron hacer inferencias sobre la población investigada.

La revisión de fuentes bibliográficas, fuentes periodísticas y repositorios digitales son una parte integral de la investigación, a partir de las cuales se pudo recabar información para alcanzar los objetivos específicos de índole teórico. Además, se abordó la bibliografía relacionada con el patrimonio, el proceso de activación patrimonial y su relación con el turismo y el patrimonio cultural como recurso turístico.

Como resultado de dicha revisión, se confeccionó una ficha de inventario para el Anfiteatro en su carácter de bien patrimonial inmueble; otra ficha de valores patrimoniales, así como propuestas de acciones para su puesta en valor que permiten reconocer su relevancia para sumarlo como un atractivo turístico más de la ciudad. La información recopilada permite el fortalecimiento de los planes de gestión y manejo del mismo como patrimonio cultural y para el desarrollo de proyectos culturales vinculados con su investigación, conservación, restauración, rehabilitación, preservación y difusión. Asimismo, la información se plasmó en una línea de tiempo con los sucesos más relevantes de la historia del Anfiteatro desde su fundación hasta la actualidad, con el fin de comprender y preservar su valor histórico y cultural.

A fin de alcanzar el objetivo de interpretar las representaciones de las personas interesadas en la patrimonialización del Anfiteatro, se llevaron a cabo dos encuestas *web* generadas a partir de “Formularios de *Google*” que proporcionaron información sobre la importancia del proceso de activación patrimonial para la comunidad interesada y sobre el valor del Anfiteatro como parte de la cultura de la ciudad de La Plata. La primera fue de carácter exploratorio y se realizó abarcando una muestra de personas que presentaron interés y poseían conocimiento sobre el Teatro del Lago, a través de un grupo de *Facebook* en el cual interactúan quienes alguna vez asistieron a un evento dentro del Anfiteatro y la segunda, a través de Instagram a un público platense más amplio y con intereses diversos. El corpus documental para el análisis de la prensa web se compone de quince artículos publicados a lo largo de los años a partir del 2013 hasta la actualidad que permiten hacer un recorrido por los sucesos vinculados al Anfiteatro o relacionados con su historia. La información, datos analizados y fotografías, complementan las representaciones surgidas en las encuestas y profundizan en otros aspectos que conforman la opinión pública. De la investigación bibliográfica surgen los datos para la confección de tres códigos QR de interpretación que permiten acceder a diferentes tipos de archivos multimedia con información sobre la historia del anfiteatro.

REFLEXIONES FINALES

En primer lugar, a partir de la recopilación de información bibliográfica sobre su historia, sus valores y su contribución a la cultura y al turismo de la ciudad, se puede resaltar cuán importante es la puesta en valor del Anfiteatro Martín Fierro, como parte de la preservación y conservación de nuestro patrimonio local. Este proceso no es solo para el presente sino con una proyección futura para que todas las generaciones puedan disfrutarlo y apreciarlo. Por otro lado, se pudo vislumbrar cómo afectan, tanto positiva

como negativamente, las decisiones políticas a un patrimonio, y por ende a la cultura y al turismo de esta ciudad.

En la relación turismo-patrimonio, el turismo resulta un actor fundamental en su preservación. Si un patrimonio cultural es, a su vez, un atractivo turístico este tiende a generar un interés mayor por su preservación y puesta en valor.

El potencial del Anfiteatro como patrimonio cultural y como atractivo turístico de la ciudad se pudo constatar a través de distintos indicadores que mostraron que el mismo forma parte de un entorno patrimonial natural y cultural de la ciudad y que debe ser conservado y preservado como tal. Esta valoración social por parte de la población entrevistada fue planteada a partir del rescate de los puntos de vista y opiniones vertidos, mayormente positivos, muchos de ellos relacionados con la importancia de la puesta en valor del teatro. En este sentido, se suma la valoración de la prensa que siempre se hizo eco de la evolución de la puesta en valor a través de las sucesivas noticias relacionadas con el anfiteatro a lo largo del tiempo.

Uno de los aspectos que más destacamos es el valor identitario que porta este sitio. Las opiniones de la comunidad surgidas a través de las encuestas dieron cuenta de la importancia que tiene un espacio como el Teatro del Lago para la sociedad y para la continuidad de la historia de La Plata. Las representaciones de las personas, tanto locales como visitantes, reflejan un gran nivel de interés en la reapertura del teatro y en su puesta en valor. Además de aportar información sobre los aspectos que se deberían resaltar para que funcione como atractivo turístico, estas encuestas demostraron que los valores que le asignamos al Anfiteatro en esta investigación realmente se ven plasmados en las opiniones y en la mirada de la comunidad local.

Es muy importante poner énfasis en la calidad del paisaje urbano que rodea al anfiteatro entrelazando la naturaleza con la arquitectura, la historia y la sociedad. El Paseo del Bosque y toda su infraestructura están siendo actualmente reconstruidos y resultan ser un importante atractivo turístico para la ciudad y un espacio al aire libre con una gran diversidad de actividades diarias para el disfrute de un público diverso. Este paisaje facilita la inserción del anfiteatro al circuito turístico de la ciudad y a su eje monumental. Recuperar el anfiteatro es una forma de devolverle a la comunidad, a los turistas y visitantes de la ciudad un atractivo multifuncional que presenta diversas ventajas: de ocio, de disfrute, de calidad en sus espectáculos artísticos, de democratización de la cultura, entre otros. Se trata de un espacio capaz de ser sede de múltiples eventos culturales y artísticos en medio de un paisaje único.

En síntesis, relacionando los conceptos teóricos podemos considerar al Anfiteatro Martín Fierro como un patrimonio cultural de carácter histórico y arquitectónico que representa un importante atractivo para el turismo y a su vez una alternativa para el desarrollo cultural de la ciudad de La Plata.

BIBLIOGRAFÍA

Arias Incolla, (2012). Nuestro Patrimonio Cultural: Una construcción colectiva. En: Patrimonio Argentino. Volumen 1: Teatros, Cines y Auditorios. CICOP-ARQ Clarín, pp 11-15.

Barbaglio A. (2020). Rehabilitación del Anfiteatro Martín Fierro, ciudad de La Plata. *Estrategias de conservación y restauración en una tipología de teatro al aire libre*. Facultad de arquitectura y urbanismo. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/101381>.

Bustos Cara, R. (2001). Identidad, turismo y territorios locales. La permanente construcción de valores locales. *Aportes y transferencias*, 5(1), 11-28.

- Cadús, M. E. (2014). La democratización de la cultura en el primer peronismo: La participación del Ballet Estable del Teatro Argentino en el Anfiteatro Martín Fierro de La Plata; Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. Facultad de Arte; Aura; 2; 7-2014; 29-48.
- Conforti, M. E.; Giacomasso, M. V.; Palavecino, V. A.; Relatos mediáticos y procesos de activación patrimonial en Argentina; Universidad Complutense de Madrid; Estudios sobre el Mensaje Periodístico; 24; 2; 1-12-2018; 1199-1212.
- Conti, A. (2009) *Paisajes históricos urbanos y paradigmas en conservación urbana*. Conferencia ICOMOS. Disponible en: <https://digital.cic.gba.gob.ar/handle/11746/561>
- (2010) *Patrimonio, comunidad local y turismo: La necesidad de planificación para el desarrollo sostenible*. En Revista Turismo y Economía, La Plata, pp. 8-30.
- Conti, A., Crosta, F., Charne, U. (2017) *Gestión del patrimonio cultural como recurso turístico. Desafíos para un desarrollo sostenible*. Instituto de Investigaciones en Turismo, VII Jornadas de Turismo y Desarrollo Sostenible.
- Davallon, J. (2014): “El juego de la patrimonialización”, en [Construyendo el patrimonio cultural y natural](#). Valencia, Ed. Germania, pp. 47: 76.
- De Felipe, E., & Ponce, N. (2021). El Paseo del Bosque de La Plata. Recuperación y expansión de un parque urbano regional. *Investigación Joven*, 7(2), 9-10. Recuperado a partir de <https://revistas.unlp.edu.ar/InvJov/article/view/11836>.
- ICOMOS, (1999). Carta de Burra para Sitios de Significación Cultural. Recuperado de: http://ipce.mcu.es/pdfs/1999_Carta_de_Burra.pdf.
- Mantero, J. C. (2004). Desarrollo local y actividad turística. Aportes y Transferencias, 8(1), 11-38. ISSN 0329-2045.
- Oliva, M. (2012) “*Anfiteatro Martín Fierro: Al aire libre y en medio del bosque*”. En: Patrimonio Argentino. Volumen 01 Teatros, Cines y Auditorios. Arquitectura Clarín y Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio Argentina (CICOP). Arte gráfico Editorial Argentino. pp 136-141.
- Petrina, A. (coord.) (2017). Monumentos Históricos Nacionales de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. Parte I. Comisión Nacional de Monumentos, Lugares y Bienes Históricos y Ministerio de Cultura de la Nación, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/guia_monumentos_bscorsfe_parte1.pdf
- Quintana C. (2009). *Patrimonio y turismo: la activación turística patrimonial de Purificación* (Paysandú, Uruguay). Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. (7), 307-319.
- Ramos, D. (2017). «*Sobre la construcción del patrimonio cultural y el proceso de patrimonialización*». Mito | Revista Cultural, n°40 – URL: <http://revistamito.com/la-construccion-del-patrimonio-cultural-proceso-patrimonializacion/>.
- Troncoso A. y Almirón V. (2005). *Turismo y Patrimonio. Hacia una lectura de sus relaciones*. Aportes y transferencias Vol. 1, número 009, 56-74.

DISCURSOS Y PRÁCTICAS DE INTERVENCIÓN TERRITORIAL EN EL MARCO DEL PROGRAMA TURÍSTICO ARGENTINO PUEBLOS AUTÉNTICOS (2016-2020)

Lopes de Oliveira William, Dornelles Laura.

Universidad Nacional de La Plata

INTRODUCCIÓN, MARCO TEÓRICO, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El turismo se ha consolidado como una actividad central en el ámbito de planificación y ejecución de políticas territoriales en múltiples lugares. Los destinos turísticos mundialmente consolidados siguen manteniéndose como metas de visitación masiva, bajo las categorías tradicionales de *sol y playa*, *montaña* o mismo en la esfera hiper dinámica que cualifica las ciudades globales, templos turísticos por excelencia. Sin embargo, determinadas localidades de menor extensión demográfica afuera de los circuitos hegemónicos han ido ganando relevancia en el contexto evolutivo de dicha actividad, como se observa, por ejemplo, desde la mitad final del siglo XX con el avance de la tipología de *turismo rural*. Pero, ¿por qué sigue en ascensión el interés turístico por los así interpretados *territorios menores*? ¿En la condición de destinos turísticos, qué *ventajas comparativas* presentan en relación a aquellos de masa? ¿Como se desdobra la relación escalar *local-global* en esta coyuntura?

El interés turístico por determinados territorios menores – o como destaca Calzatti (2011), por los *territorios lentos*- se revela, entre otras cosas, tras los matices temporales materializados en sus paisajes que, al evocaren la noción de patrimonio cultural, otorgan a estos lugares la posibilidad de (re)inserción en el sistema mundo contemporáneo por medio de sus singularidades culturales. En este caso, determinadas lógicas operacionalizadas en destinos turísticos ya madurados son parcialmente replicadas en aquellos en vías de desarrollo, como por ejemplo el uso de prácticas de marketing territorial como el *place branding* (Foroudi y col, 2016). En este marco, el hacer turismo se ha demostrado estratégico y eficaz en apropiarse de los recursos territoriales más endógenos como aquellos de valía identitaria – a través de la cultura y/o herencia generacional -, lo que demuestra ser, pues, justamente el caso de los patrimonios culturales.

A la luz del expuesto, el presente trabajo comprende un análisis crítico de una política turística implementada y vigente en la Argentina en el quinquenio 2016-2020 denominada *Pueblos Auténticos*. Los objetivos de la investigación se conforman en: (I) interpretar desde una perspectiva geográfica la conformación estructural del programa; (II) comparar posibles propuestas a nivel internacional que lo han inspirado; (III) analizar un objeto de estudio espacialmente definido – es decir uno de los pueblos adjuntos al programa – como experiencia/práctica empírica⁸¹, y (IV) comprender de qué modo el programa evoca los particularismos territoriales/regionales en sus discursos textuales, visuales y verbales.

En términos metodológicos, el trabajo investigativo se utiliza del método de Análisis de Contenidos, herramienta basada en el análisis e interpretación del discurso desde su contexto y entorno, de la relación con su exterioridad. Como fuentes de exploración si menciona folletos turísticos, videos, archivos de prensa, documentos de

⁸¹ La investigación avanza estudiando el caso de la comuna de Moisés Ville, provincia de Santa Fe, referida como la “Cuna del Judaísmo en la Argentina” gracias a su particular proceso de conformación territorial.

naturaleza jurídica, informes técnicos, actas de reuniones, acervo museístico, datos estadísticos, entrevistas a informantes claves y también estudios antecedentes. En este sentido, el recorrido metodológico se estructura en organizar, cruzar, compilar e interpretar informaciones recolectadas para *a posteriori* producir un análisis crítico de cómo se articula el objeto de estudio en distintas escalas de planeamiento y ejecución.

DISCUSIONES Y RESULTADOS PREVIOS

Pueblos Auténticos fue lanzado oficialmente en 2017 por el Ministerio del Turismo, que contó con la colaboración de distintas institucionales nacionales como otros ministerios y secretarías, además de sectores privados. Es una iniciativa interjurisdiccional. Desde su filosofía, el programa se pauta en fomentar el desarrollo turístico de pequeñas localidades dispuestas a lo largo del país, proponiendo evidenciar la heterogeneidad del vasto territorio nacional argentino y, así, diversificar y fortalecer su “oferta turística”. En este marco, el programa se involucra en promover poblados que presentan objetos y/o manifestaciones culturales interpretados como patrimonios, conformando una red de operacionalización turístico-territorial en distintas escalas.

En relación a los criterios de selección, el programa *Pueblos Auténticos* demarca que los territorios interesados deben poseer: características únicas/distintivas culturales y/o naturales; producción artesanal y/o gastronómica exclusiva/auténtica; arquitectura característica que acompañe el perfil del pueblo tal como de su paisaje; límite poblacional de hasta 7 mil habitantes; instrumentos de planificación territorial; estrategias de fomento de festividades y tradiciones representativas; disposición de infraestructura y servicios turísticos (MINTUR, 2017b, p.12). La idea central sería, entonces, utilizar de diferentes categorías patrimoniales como pilares para el diseño de acciones específicas que resultan en la (re)organización territorial de los pueblos vinculados al programa teniendo el turismo como eje de intervención. La propuesta agrupa las localidades partícipes a partir de seis ejes temáticos: pueblos andinos, costeros, gastronómicos, históricos, inmigrantes y rurales.

En su periodo de operatividad, que estuvo dividido en tres etapas de actuación, la política turística logró seleccionar un total de 18 localidades: Isla Martín García y La Angelita (Buenos Aires), Antofalla (Catamarca), Camarones y Gaimán (Chubut), La Cumbrecita (Córdoba), Concepción de Yaguareté Corá (Corrientes), San Francisco de Alfarcito y Purmamarca (Jujuy), Las Cuevas (Mendoza), Villa Traful (Neuquén), Playas Doradas (Río Negro), Cachi (Salta), La Carolina (San Luis), El Chaltén (Santa Cruz), Moisés Ville (Santa Fé), Puerto Almanza y Tolhuin (Tierra del Fuego). Según el MINTUR (2017), uno de los objetivos primarios es elegir al menos una localidad por provincia.

Como anteriormente subrayado, el programa también fue pensado para incorporar una red turística de poblados a escala regional. Conforme señala el MINTUR (2017a), es de interés armar una alianza con otras propuestas latinoamericanas similares, maduras o incipientes, como serían los casos de *Pueblos Mágicos*, creado en México en 2001, y *Pueblos Patrimonio*, iniciativa colombiana de 2010. Dicha alianza también contaría con la participación de Perú, que oficialmente lanza su programa turístico en 2021 bajo el nombre *Pueblos con Encanto*. Aunque estas propuestas similares de desarrollo turístico en Latinoamérica estén aparentemente en expansión, ya en la década de 1980 nació en Francia un modelo asociativo cuyo eje de actuación se organiza bajo la selección y promoción de poblados rurales, y que, a lo largo de sus 40 años, ha inspirado a distintos países a crearen sus propias propuestas involucrando patrimonio cultural y turismo en el contexto de *nuevas ruralidades*.

A principios de los años 1980 Charles Ceyrac, entonces intendente de la comuna francesa de Collonges-la-Rouge, encuentra una edición especial de la revista *Reader's Digest* publicada en 1977 con el título *Les Plus Beaux Villages de France* (*Los Pueblos Más Bonitos de Francia*, en español). La publicación consistía en evidenciar la belleza pintoresca de ciertos poblados franceses. Al notar que su pueblo pertenecía a la selecta lista, Ceyrac decide contactar a intendentes de otras localidades mencionadas en la publicación, presentando así la idea de crear una asociación nacional en que se pudiera reconocer y promover pueblos rurales de interés patrimonial. En este contexto se funda en 1982 la asociación homónima, con el objetivo de preservar determinadas localidades nacionales de fenómenos como el estancamiento económico, declive demográfico y, en ciertos casos, la descaracterización del paisaje histórico (Ducros, 2014).

Importa destacar que dicha iniciativa fue expandiéndose a nivel nacional contemplando, inclusive, territorios franceses ultramarinos. Ya en los años 1990 este modelo primogénito ha inspirado la creación de iniciativas asociativas similares en otros territorios, como la región belga de Valonia (1994), la provincia Quebec en Canadá (1997), Italia (2001), Rusia (2003), Japón (2005), España (2011), región de Sajonia en Alemania (2011), Suiza (2015) y Líbano (2016).

En general, la asociación autónoma francesa opera de dos ejes centrales, que se fundamentan en (I) seleccionar – es decir reconocer oficialmente - los poblados de interés patrimonial-paisajístico y (II) brindar estrategias de desarrollo turístico certificadas a partir una marca/sello propio. Conforme señala la asociación en materiales disponibles en su página web, el proceso de selección de localidades se divide en cuatro etapas, que consisten: (I) obedecer los criterios de ingreso, como límite poblacional, poseer en el territorio comunal sitios o edificios reconocidos por instituciones francesas de gestión patrimonial, y atestar mediante documentación el interés colectivo de unirse a la asociación; (II) realizar una pericia *in loco* de integrantes del comité de calidad de la asociación, buscando inspeccionar la calidad arquitectónica, urbanística, patrimonial y ambiental local, tal como las herramientas de planeamiento y gestión urbanas; (III) analizar y discutir entre integrantes asociados los datos recolectados en campo, resultando en una votación para que se apruebe o rechace las candidaturas; (IV) firmar el documento titulado *Charte de Qualité* (Carta de Calidad, en español) que oficializa, mediante miembros asociados y representantes comunales, la inserción de las candidaturas homologadas hacia la asociación.

Es relevante remarcar que la idea de *calidad* también gana densidad en los discursos de las asociaciones derivadas de la iniciativa francesa⁸², y que algunos de los modelos asociativos – como el de Italia y España – también prevén la exclusión de localidades que, una vez adjuntas, no logran mantener con los requisitos de permanencia.

DISCUSIONES Y RESULTADOS PREVIOS

Preliminarmente, se observa que el programa argentino *Pueblos Auténticos* no logró cumplir con su propósito de atender cada una de las 23 provincias nacionales, ya que, como señalan fuentes estudiadas, Formosa, Chaco, Santiago del Estero, Tucumán, La Rioja, San Juan, Misiones, Entre Ríos y La Pampa no fueran aún contempladas. Por otro lado, las provincias de Buenos Aires, Chubut, Jujuy y Tierra del Fuego poseen cada dos pueblos vinculados al programa. Eso implica pensar en una concentración regional que, en cierta medida, hace contrapunto a lo pretendido por el programa, en resaltar la

⁸² Como lo demuestran Albarrán Perriáñez y Pinassi (2022) en un estudio que compara *Los Pueblos Más Bonitos de España* y *Pueblos Auténticos*.

diversidad nacional desde cada provincia. También se constata de modo anticipado que el programa ha asumido la condición, más allá de una política pública, de una política de gobierno, puesto que con el cambio de gestión federal el programa se puso inactivo desde el año 2020.

Otro punto a ser analizado tiene relación con el estrecho diálogo con la Comisión Nacional de Monumentos, de Lugares y de Bienes Históricos, pues en el año de 2017 dicha institución lanza, paralelamente a *Pueblos Auténticos*, el programa *Pueblos Históricos*.⁸³ Así, se conforman dos estrategias nacionales concomitantes en que de un lado se fomenta el turismo sostenible resaltando la fuerte heterogeneidad paisajística del territorio argentino, y del otro se aspira rescatar y poner en valor el patrimonio cultural de poblados y así fortalecer sus respectivas identidades. De hecho, de los 12 pueblos insertados en dicha política patrimonial, mitad también participa de la iniciativa *Pueblos Auténticos*: Concepción del Yaguareté Corá (Corrientes); San Francisco de Alfarcito (Jujuy); Isla Martín García (Buenos Aires); Moisés Ville (Santa Fe), Camarones y Gaimán (ambos en Chubut). Los seis pueblos restantes serían Colonia Avigdor (Entre Ríos); Guanacache (Mendoza); Chamental (Salta); Goya (Corrientes); Tulumba y La Cumbre (ambos en Córdoba).

En relación a los ejemplos internacionales, se verifica que expanden los modelos, sea de asociativismo independientes, sea de política estatal, y que, aunque presenten sus particularismos estructurales, siguen teniendo la selección, intervención y promoción de poblados como tónica de sus acciones. En la mayor parte de los casos se figura la utilización de una marca, la delimitación demográfica como requerido de adhesión, las narrativas evocando autenticidad/memoria rural, el enaltecimiento del paisaje como espectáculo estético y, evidentemente, los discursos de singularización territorial. Eso corroboraría la hipótesis de que, entre avances y rupturas, actualmente el así interpretado *turismo rural* viene configurándose de modo aún más complejo, plural y no menos desafiador.

BIBLIOGRAFÍA

Albarrán PERIÁÑEZ, José David y PINASSI, Andrés. Entre discursos patrimoniales y turísticos. Análisis de los programas “Los pueblos más bonitos de España” y “Pueblos Auténticos” de Argentina. *Investigaciones Turísticas* (24), 2022, pp. 1-22. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.24.1>

ALMIRÓN, Analía; BERTONCELLO, Rodolfo; TRONCOSO, Claudia Alejandra Turismo, Patrimonio Y Territorio. *Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 15, núm. 2, abril, 2006, pp. 101-120 Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina

CARA, Roberto Bustos. *Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. Aportes y Transferencias*, año/vol. 8, número 002. Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, Argentina. pp. 11-24.

Disponibile en <<https://www.redalyc.org/pdf/276/27680202.pdf>>. Consultado en 28/02/20.

CALZATI, Viviana. *Territori lenti, nuove traiottorie di sviluppo*. Milano, 2011.

⁸³ Información disponible en <https://www.cultura.gob.ar/se-lanzo-pueblos-autenticos-el-programa-que-busca-rescatar-poblados-argentinos-de-interes-cultural_4944/>. Consultado en 12/02/2020.

- CARENZO, Sebastián. Territorio, identidades y consumo: reflexiones en torno a la construcción de nuevos paradigmas en el desarrollo. *Cuadernos De antropología Social*, 2007 (26). <https://doi.org/10.34096/cas.i26.4370>
- CASTRO, Hortensia & ZUSMAN, Perla. (2007). *Redes escalares en la construcción de los patrimonios de la Humanidad. El caso de la patrimonialización de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina)*. N°. 21. 173-184. 10.11606/issn.2179-0892.geosp.2007.74059.
- FONTE, María. “Desarrollo rural e identidad cultural: reflexiones teóricas y casos empíricos”. RIMISP. 2006. Versión electrónica disponible en: www.rimisp.org.
- FOROUDI, P., GUPTA, S., KITCHEN, P., FOROUDI, M. M., and NGUYEN, B. A framework of place branding, place image, and place reputation: antecedents and moderators. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 19, No. 2, 2016. pp. 241-264.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- DUCROS, Helene. *The New Rural In Les Plus Beaux Villages De France: Heritage Preservation, Promotion and Valorization In the Post-agricultural Village*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina at Chapel Hill Graduate School, 2014. <<https://doi.org/10.17615/jtp9-9r84>>.
- PAGANO, Nora. La gestión patrimonial de la Comisión Nacional de Monumentos, de Lugares y de Bienes Históricos. Antecedentes y actualidad. *XVI Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia*. Departamento de Historia. Facultad Humanidades. Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, 2017.
- PÊCHEUX M. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. 3a ed. Campinas (SP): Pontes; 2002.
- PRATS, Llorenç. *Antropología y patrimonio*. 2a ed. Barcelona: Ariel, 2004. [173] p.
- PÉREZ, Edelmira, Hacia una nueva visión de lo rural, en: Giarraca, Norma (ed.). *¿Una nueva ruralidad en América Latina?*, Colección Grupos de Trabajo – CLACSO, Gráficas y servicios S.R.L., 2001.
- PEREZ WINTER, Cecilia Verena; *Rehabilitación y patrimonialización de los centros históricos en Argentina: la actuación de la comisión nacional de museos monumentos y lugares históricos (1980-1990)*; Universidad Nacional de Salta. Centro Promocional de las Investigaciones en Historia y Antropología; Andes; 2; 28; 12-2017; 1-21
- SABATÉ BEL, Joaquín (2002). En la identidad del territorio está su alternativa. En: *OP Ingeniería y Territorio*, No. 60 Ordenación del territorio, Revista del Colegios de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos, Barcelona, 2002, pp.12-19.
- SANTOS, Milton. *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção* / Milton Santos. - 4. ed. 2. reimpr. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006. - (Coleção Milton Santos; 1)
- SMITH, Laurajane. *Uses of heritage*. Routledge: New Edition, 2006, 368 p.
- SOUZA, Maria Adélia de. *Território usado, rugosidades e patrimônio cultural: ensaio geográfico sobre o espaço banal*, PatryTer, 2(4), 2019. doi: 10.26512/patryter.v2i4.26485.

TOMMEI, Constanza Inés. *De ciudad huerta a pueblo boutique: territorio, patrimonio y turismo en Purmamarca, 1991-2014* / Constanza Inés Tommei; dirigido por Mario Sebastián Sabugo; editado por David Dal Castello; Guillermina Zanzottera. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Fac. de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Instituto de Arte Americano e Investigaciones Estéticas, 2017.

URRY, John. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London; Newbury Park: Sage Publications, 1990.

WALLINGRE, Noemí. *Retrospectiva del desarrollo del turismo en la República Argentina, 1810 - 2010. Un repaso necesario*. 2013.

EL APRENDIZAJE DE LA CUENTA SATÉLITE DE TURISMO EN LA CARRERA DE TURISMO (FCEYS-UNMDP)

Azcue Vigil Ignacio, Cruz Gonzalo, Pérez Bellotto Ana, Varisco Cristina.

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata

Palabras clave: Cuenta Satélite de Turismo – Economía del Turismo – Carrera de Turismo

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

La cátedra de Economía Aplicada de la carrera de la Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Mar del Plata viene trabajando hace varios años en la enseñanza del turismo como una actividad económica con características particulares que requieren un análisis específico. La duración de la cursada es cuatrimestral y se divide en tres grandes ejes temáticos, los cuales son macroeconomía, microeconomía y teoría del desarrollo. En cuanto a la macroeconomía, se encuentra uno de los temas troncales de la asignatura, el cual es la Cuenta Satélite de Turismo (CST). Por medio de clases teóricas y prácticas, se espera que los estudiantes reconozcan los conceptos principales de esta herramienta y comprendan su importancia para la medición económica de la actividad turística. Esta breve presentación tiene como objetivo analizar las virtudes de la Cuenta Satélite de Turismo por medio de la descripción de la práctica docente. La finalidad de ello consiste en proveer argumentos para incorporar su enseñanza en los planes de estudio de las carreras en turismo terciarias y universitarias. Además, la medición reciente de este instrumento en la Argentina representa una posibilidad para analizar estadísticas locales en el proceso de enseñanza.

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

La actividad turística genera impactos económicos en los distintos sectores productivos que usualmente son difíciles de medir. Incluso, dentro de las mismas actividades características del turismo no se sabe con exactitud cuál es el consumo correspondiente a visitantes y residentes. El caso de la gastronomía es el más ejemplar en este punto. No obstante, existen herramientas que pueden ayudar a medir este impacto como la Matriz de Insumo Producto o intentan medirlo directamente como la metodología del Barrido Transversal propuesta por la Cámara Argentina de Turismo (CAT, 2008). Más allá del aporte de estas herramientas, la CST aparece como el instrumento más preciso para estimar numéricamente la presencia del turismo en las distintas ramas de la economía.

Según Varisco (2005), a través de distintas tablas, la CST puede medir tres agregados macroeconómicos relevantes como lo son la Demanda Turística Total, el Valor Añadido Turístico y el Producto Bruto Interno Turístico o PBI Turístico. El proceso de adopción de esta cuenta en la Argentina se remonta al año 2000, con la firma de un convenio de la entonces Secretaría de Turismo de la Nación y otras instituciones para avanzar en su implementación. Posteriormente, en 2003, se avanzó en la creación de una plataforma interinstitucional con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) y la CAT. En 2005, se realizó una conferencia en Iguazú en conjunto con la Organización Mundial de Turismo (OMT) para promover el uso de la CST en todo el mundo. Para el año 2008, la OMT actualizó algunas recomendaciones sobre el marco conceptual de la CST (ONU,

2008). Finalmente, en 2022 se presentó el informe de la CST de Argentina que tomó como base el año 2004 y la serie 2016-2019 (INDEC, 2022).

A pesar de la reciente elaboración del instrumento en la Argentina, la cátedra de Economía Aplicada ya había incorporado en su temario esta cuenta, conociendo experiencias como las de México (SECTUR, 2022) y España (INE, 2022). Primero, se suelen dictar algunas clases para repasar los conceptos básicos del sistema de cuentas nacionales aprendidos en las asignaturas introductorias de la carrera. Luego de ello, se lleva a cabo un análisis teórico y práctico de la Matriz de Insumo Producto, donde se señala su importancia como paso previo a la elaboración de una CST y se añade una columna a la tabla de la matriz con la demanda intermedia y final y el valor agregado de las actividades características del turismo. Paralelamente al repaso de estos conceptos, se habla sobre los impactos económicos del turismo (Azcue Vigil et al., 2018). Todo ello conduce paulatinamente a detectar las limitaciones de las metodologías anteriormente expuestas y presentar la CST.

Una vez llegado a este punto, que constituye el tema central del eje de la macroeconomía del turismo y uno de los principales de la asignatura, se realiza una clase teórica introductoria sobre la CST en base a los aportes de Varisco (2005). Aquí se repasan los antecedentes de la metodología y los principales elementos conceptuales que constituyen su marco de análisis. Para facilitar su entendimiento, se dividen los conceptos según corresponden a los enfoques de demanda y oferta. El primero de ellos consiste en comprender el consumo del visitante, el cual se compone del gasto efectivo del visitante, los gastos en especie, las transferencias sociales turísticas en especie y los gastos turísticos de las unidades productoras. Adicionalmente, se distinguen las categorías de consumo turístico interno, emisor, receptor, nacional e interior, siendo este último el de mayor interés para la CST. Por su parte, en el enfoque de oferta se aprende sobre el listado de las actividades características del turismo propuestas por la OMT.

Ya en las clases prácticas se trabaja mediante una guía de estudio para repasar y asentar los conceptos expuestos en la teoría. En primer lugar, se solicita a los estudiantes que releen el texto de referencia para identificar las 10 tablas que componen la CST y hacer una breve descripción sobre ellas. Seguidamente, se pide que aclaren conceptos básicos que hacen al análisis de la cuenta, como la valoración neta del consumo turístico y la diferenciación entre turismo interno e interior. Posteriormente a ello, se pasa al análisis de las tablas de consumo (tablas 1, 2, 3 y 4) y oferta turística interior (tabla 5) para llegar a la tabla 6 que se entiende como el núcleo de la CST ya que permite medir el Valor Añadido Turístico y el PBI turístico. Finalmente, se realiza un análisis de las tablas 7, 8, 9 y 10 que consideran al empleo turístico, la formación bruta de capital fijo, el consumo colectivo turístico y otros indicadores no monetarios. Estas últimas tablas son de utilidad para repasar aspectos tales como la clasificación del empleo turístico y el gasto del Estado en la actividad.

Adicionalmente, el régimen de enseñanza de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (UNMDP) prevé la realización de actividades pedagógicas que generalmente consisten en trabajos de investigación por parte de los estudiantes para aplicar los conceptos de las clases teóricas y prácticas. Si bien los temas de estas actividades varían año a año, usualmente se trabaja con la CST. Por ejemplo, durante la pandemia de COVID-19 que obligó a realizar clases de forma virtual, se propuso a los estudiantes que buscaran información y elaboraran un informe sobre los efectos de este acontecimiento en el turismo mundial, a través de la información estadística en varios países del mundo.

En algunos casos, se pudo contar con información volcada en las CST nacionales de los distintos organismos públicos de turismo.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Se considera que el estudio de la CST es esencial en las carreras de turismo y elemental en las asignaturas que refieran a la economía del turismo. A pesar de la persistencia de algunas dificultades para medir el impacto real de la actividad en los diversos sectores de la economía, esta herramienta se erige como la más eficaz y precisa para estimar el impacto real del turismo en las cuentas nacionales. Es por ello que la cátedra de Economía Aplicada sostiene en su temario a la CST y cree fundamental su aprendizaje por parte de los estudiantes para el aprobado de la cursada. Desde luego, la práctica docente se afina cada año y se agregan y reemplazan algunos contenidos, pero se sostiene el estudio de los agregados macroeconómicos que la CST provee. Por supuesto, se tornan valiosos los datos consignados en la reciente CST de Argentina, los cuales se incorporan al análisis del tema. A partir de esto, se espera que los estudiantes comprendan la singularidad de los efectos que el turismo posee en la economía y sean conscientes de ello en su desarrollo profesional.

BIBLIOGRAFÍA

- Azcue Vigil, I., Cruz, G. y Varisco, C. (2018). *Impactos económicos del turismo*. Recurso de Aprendizaje.
<https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3068/1/azcue-et-al-2018.pdf>
- Cámara Argentina de Turismo (2008). *La importancia de la Actividad Económica de Turismo y Viajes en Argentina*.
https://www.camaradeturismo.org.ar/archivos/pdf/10_1.pdf
- Instituto Nacional de Estadística de España (2022). *Cuenta satélite del turismo de España. Últimos datos*.
https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022). *Cuenta satélite de turismo de la Argentina. Años 2004 y 2016-2019. Informes técnicos. Vol. 6, n° 18*.
https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/cst_02_2252E11293B7.pdf
- Organización de las Naciones Unidas (2008). *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*.
https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1s.pdf
- Organización Mundial del Turismo (2005). *Conferencia de Iguazú: resultados y evaluación de la OMT*.
https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/39095/findings_s.pdf
- Secretaría de Turismo de México (2022). *Cuenta Satélite del Turismo de México*.
<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ProductoDestacado3.aspx>
- Varisco, C. (2005). ¿Qué es una cuenta satélite de turismo?. *FACES*, 11(23), 67-86.
https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/144/1/FACES_n23_67-86.pdf

USO DEL MARKETING DIGITAL Y EL ENGAGEMENT EN DESTINOS TURÍSTICOS DE LA PATAGONIA ARGENTINA

Pizarro Luciana, Zanfardini Marina, Gutauskas Andrea.
Universidad Nacional del Comahue

INTRODUCCIÓN

Internet ha penetrado ampliamente en la experiencia de compra de los argentinos y son cada vez más los usuarios que hacen uso de esta tecnología. En 2019, se consolidaron 828.000 nuevos compradores *online* respecto al año anterior, sumando un total de 18.773.246 de los llamados *e-shoppers*. El consumidor turístico también se encuentra presente online. En el ranking de categorías más populares compradas por primera vez en el año 2019, el turismo ocupa el segundo lugar (Cámara Argentina de Comercio Electrónico, 2019). Por otro lado, los principales mercados turísticos emisivos internacionales que posee la Argentina utilizan los medios digitales para informarse. Tanto el mercado brasileiro (INPROTUR, 2020a) como el chileno (INPROTUR, 2020b), principales mercados emisores, el 30% de los que visitan el país por vacaciones se informa por la promoción en medios digitales. Esto quiere decir que cada vez más, los mercados internacionales adquieren servicios y organizan su viaje en el entorno digital. En lo que respecta al turismo interno en Argentina, este consume principalmente servicios sueltos, ya que un 91,7% indica no utilizar paquetes turísticos (Subsecretaría de Desarrollo Estratégico, 2022).

Debido a esta transformación digital, en donde tanto el prestador como el consumidor se encuentran online, el marketing de contenidos se ha convertido en una de las estrategias comunicacionales preferidas por los destinos y las empresas turísticas. A través de este tipo de marketing es que se brinda valor a los consumidores en forma de información e ideas relevantes, mediante la publicación de texto, imágenes, videos y otras formas de contenido (Vinerean, 2017). El marketing de contenido permite a los destinos turísticos generar una comunidad de marca y *engagement* digital con sus potenciales consumidores. El *engagement* involucra experiencias interactivas entre el consumidor y la marca (Brodie et al., 2011) y operativamente, se manifiesta como clics, me gusta, vistas, acciones compartidas, comentarios, tweets, recomendaciones y otro contenido generado por el usuario (Dhanesh, 2017).

Dada la presencia tanto de las empresas como de los consumidores en el medio digital, más específicamente en las redes sociales; y teniendo en cuenta que la Patagonia Argentina es un mercado lejano geográficamente, resulta fundamental que los destinos turísticos de esta región establezcan una buena comunicación con sus potenciales consumidores. Por esto mismo, resulta relevante conocer cómo los destinos Patagónicos están haciendo uso de sus redes sociales, analizar su marketing de contenidos y el nivel de *engagement* que generan con su comunidad virtual que a su vez, puede traducirse en turistas potenciales.

Esta investigación tiene como objetivo general, analizar el marketing de contenidos y el nivel de *engagement* que generan las redes sociales de los principales destinos turísticos de la Patagonia Argentina. Siendo los específicos: caracterizar el marketing de contenido de los destinos turísticos en términos de aspectos formales, contexto y argumento temático y medir las interacciones que generan las publicaciones de los destinos turísticos en medios sociales a través de métricas de respuesta, generación y sugerencias.

MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

Transformación digital del marketing: el Inbound Marketing

El marketing ha mutado completamente debido a la transformación digital de los últimos años. Esta transformación es una herramienta de apoyo que sirve para el crecimiento de distintas empresas, mejorar la productividad, aumentar las ventas, ofrecer mayor satisfacción a los clientes, reducir costos y generar nuevos ingresos; y ha modificado la forma de las empresas de relacionarse con los consumidores y el comportamiento de los mismos (Cadenas Guerrero, 2020).

A raíz de esta transformación digital, surgen diversas herramientas y estrategias para poder sacar provecho de las nuevas tecnologías y canales de comunicación. El marketing digital es producto de esta transformación y consiste en la comercialización de productos o servicios utilizando dispositivos o canales electrónicos digitales como Internet, redes sociales, correo electrónico, televisión digital, motores de búsqueda y medios inalámbricos (George, 2021).

Se diferencia del marketing tradicional ya que implica el uso de canales y métodos que permiten a una organización analizar las campañas de marketing para comprender qué funciona y qué no, normalmente en tiempo real (George, 2021). La tecnología necesita una estrategia para entender y crecer con los clientes, sin esta herramienta es difícil que la empresa pueda avanzar en el mercado ya que no está innovando y tampoco será competitiva (Cadenas Guerrero, 2020).

El marketing en medios digitales permite la personalización de los contactos con los consumidores, dando lugar al inbound marketing, que es la estrategia de conectarse con clientes potenciales a través de materiales y experiencias que les resultan útiles. Utilizando medios como blogs y redes sociales, los especialistas en marketing esperan entretener e informar a los espectadores con contenido que ellos mismos buscan (Marketing Schools, 2020).

El *inbound* marketing se compone por el Marketing de contenidos y el social media marketing o marketing de redes sociales. El marketing de contenidos se ha convertido, debido al desarrollo tecnológico, en la estrategia de marketing preferida de muchas empresas. Las marcas y las empresas pueden publicar y compartir historias de marca convincentes en varias plataformas en línea que ayuden a lograr objetivos comerciales relacionados con la conversión, adquisición o retención de clientes, visibilidad y valor de la marca o aumento de las ventas (Vinerean, 2017). El marketing de contenidos está centrado en la creación y distribución de contenidos valiosos, relevantes y consistentes para atraer y retener a una audiencia claramente definida y, en última instancia, para impulsar una acción rentable del cliente (Vinerean, 2017).

El contenido es un componente clave de las estrategias de marketing online que atraen y retienen a los consumidores de forma orgánica. Por lo tanto, comprender cómo se puede usar el contenido en marketing o atraer clientes, es fundamental para el desarrollo de un enfoque centrado en el consumidor en entornos online (Vinerean, 2017).

El segundo componente del inbound marketing es el marketing de redes sociales. Este componente es una forma de marketing digital que utiliza plataformas de redes sociales para aumentar la exposición de la marca o el producto y cultivar relaciones con los consumidores (George, 2021). Las redes sociales han cambiado las formas de comunicación, dando lugar a la comunicación de uno a muchos, entre el usuario y la marca (uno a uno) o incluso entre los mismos usuarios (Dakouan et al., 2019). La idea es que el contenido que se comparte en las redes sociales sea voluntario y accesible bajo demanda, a diferencia del contenido que se comparte en los medios tradicionales cuyo carácter es impuesto (Dakouan et al., 2019).

Contenido en redes sociales: aspectos formales, contexto y argumento temático Las publicaciones en redes sociales son un elemento esencial de la presencia de las marcas en este medio. Son el vehículo principal a través del cual las marcas mantienen un contacto regular con sus clientes y seguidores en las redes sociales, ya que a través de ellas las organizaciones transmiten significados y experiencias de sus marcas utilizando múltiples formatos de medios (Tafesse & Wien, 2017).

En primer lugar, los posteos en redes tienen aspectos formales que le otorgan mayor o menor riqueza al mensaje. Estos están vinculados al tipo de lenguaje y formato que el emisor utiliza para codificar el mensaje, por ejemplo, si incluye imágenes, videos, enlaces, hashtags, menciones, entre otros (Sabate et al., 2014). En segundo lugar, las publicaciones se dan en un contexto temporal, esto es, en determinados días de la semana y horarios (Sabate et al., 2014). En tercer lugar, las publicaciones ofrecen distintos argumentos temáticos vinculados a los objetivos comunicacionales. Tafesse y Wien (2017) recientemente realizaron una clasificación temática de las publicaciones de las marcas en medios sociales, obteniendo 12 categorías exhaustivas y mutuamente excluyentes (Tafesse & Wien, 2017): Emocionales, Funcionales, Educativas, Resonancia, Experienciales, Evento Actual, Personales, Empleados, Comunidad, Relación con el cliente, Causas y Promoción de

En el entorno empresarial altamente dinámico e interactivo de hoy en día, el papel del "Engagement o compromiso del cliente" en la co-creación de la experiencia está recibiendo una atención cada vez mayor por parte de profesionales de negocios y académicos (Brodie et al., 2011). En las relaciones B2C (Empresa a cliente), los términos "compromiso" y/o "engagement" están vinculados a la experiencia del cliente, la emoción, la creatividad, la colaboración, el aprendizaje y las interacciones con la comunidad (marca) (Brodie et al., 2011)

Siguiendo el ritmo del crecimiento explosivo de las redes sociales como herramienta para la comunicación entre los públicos y entre las organizaciones y sus públicos es que surge el *engagement* digital, es decir el compromiso de aquellos clientes que se manifiesta en el entorno de las nuevas tecnologías de comunicación (Dhanesh, 2017). Asimismo, el *engagement* en comunidades virtuales es definido como un proceso experiencial altamente interactivo entre las organizaciones y sus públicos, que implica aprender, compartir, aconsejar, socializar y co-desarrollar (Brodie et al., 2013). Operativamente, se manifiesta como clics, me gusta, vistas, acciones compartidas, comentarios, tweets, recomendaciones y otro contenido generado por el usuario (Dhanesh, 2017)

En el ámbito de los destinos turísticos, Gutiérrez et al. (2018) analizaron el *engagement* de las redes sociales oficiales para la promoción turística de los países iberoamericanos. A través del modelo PRGS (Presencia, Respuesta, Generación y Sugerencia), conceptualizaron al *engagement* como la suma de las variables de "respuesta", "generación" y "sugerencia":

- P (Presencia): viene dada por el número de fans o seguidores y el número de publicaciones que la marca realiza en la página
- R (Respuesta): viene dada por el número de me gusta de los usuarios que los mismos generan ante las publicaciones de la marca.
- G (Generación): viene dada por el número de comentarios de los usuarios que los mismos generan ante las publicaciones de la marca.
- S (Sugerencia): viene dada por el número de comparticiones o recomendaciones de los usuarios que los mismos generan ante las publicaciones de la marca.

El *engagement* asume diferentes formas de acuerdo a cada red social, sus características y funcionamiento, por eso mismo la importancia de la personalización del contenido. Es por esto que el *engagement* está condicionado por la estrategia de marketing de

contenidos utilizada. Puede variar en función de factores contextuales así como por el tema y la riqueza de su contenido (Bergareche Rubio, 2019).

- Metodología (fuentes de información, métodos de procesamiento y análisis de datos).

Debido a que en este resumen se presenta un avance de la investigación, se indica a continuación la propuesta metodológica a llevar a cabo en los próximos meses. En función de los objetivos de investigación y el marco teórico elaborado, se plantea la temática de la investigación bajo un abordaje cuantitativo. Las técnicas de investigación a utilizar serán el análisis de contenido y la observación estructurada. El alcance geográfico del trabajo será la región Patagónica de Argentina, y se estima que como mínimo se analizan las redes de los cuatro principales destinos turísticos de las 6 provincias de la región, tomando un total de 24 casos a observar.

Se estudiarán las publicaciones de los destinos turísticos, considerando los diferentes argumentos de mensajes, así como el contexto de publicación (horarios, días, redes) y sus aspectos formales. Para resolver este primer objetivo específico se tomará una muestra de las 10 últimas publicaciones de cada destino a estudiar.

Por otra parte, para analizar el *engagement* se observarán las variables correspondientes al modelo PRGS (Presencia, Respuesta, Generación y Sugerencia) presentes en las publicaciones de los destinos turísticos en sus redes sociales (Gutiérrez et al., 2018).

BIBLIOGRAFÍA

Bergareche Rubio, S. (2019). *Retórica y Engagement en Redes Sociales*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (ICADE). Madrid.

Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252–271. <https://doi.org/10.1177/1094670511411703>

Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L. (2013). Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105–114.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.029>

Cadenas Guerrero, G. K. (2020). Transformación Digital para el crecimiento empresarial en las agencias de viaje y turismo. Una revisión sistemática entre los años 2010-2020.

Cámara Argentina de Comercio Electrónico (2019). Los argentinos y el e-Commerce: ¿Cómo compramos y vendemos online? <https://cace.org.ar/wp-content/uploads/2022/06/cace-estudio-anual-2019-resumen.pdf>

Dakouan, C., Benabdellouahed, R., & Anabir, H. (2019). Inbound Marketing vs. Outbound Marketing: Independent or Complementary Strategies. *Expert Journal of Marketing*, 7(1).

https://drive.google.com/file/d/19azKJOUxFU16QCnAqhZz3Plo_HlzCO_r/view?usp=sharing Dhanesh, G. S. (2017). Putting engagement in its PRoper place: State of the field, definition and model of engagement in public relations. *Public Relations Review*, 43(5), 925–933.

<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.04.001>

Fundación Orange. (2016). *La transformación digital en el sector turístico*.

España. [https://drive.google.com/file/d/19GPUHRusC94neEUH-](https://drive.google.com/file/d/19GPUHRusC94neEUH-rhAllJkEm9g_5Yf/view?usp=sharing)

[rhAllJkEm9g_5Yf/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/19GPUHRusC94neEUH-rhAllJkEm9g_5Yf/view?usp=sharing) George, R. (2021). *Marketing Tourism and Hospitality: Concepts and Cases*. Palgrave Macmillan.

Gutiérrez Montoya, G. A., Sánchez Jiménez, M. Á., & Galiano Coronil, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 15(8), 135-150.

<https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.09> Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH: Cuarto trimestre de 2021.

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_22843D61C141.pdf INPROTUR. (2020a). Informe de Mercado Turístico: Brasil.

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/documentos/descarga/5eb1ed90b4195947850327.pdf> INPROTUR. (2020b). Informe de Mercado Turístico: Chile.

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/documentos/descarga/5eb1f019ec32a620877778.pdf> INPROTUR. (2020c). Informe de Mercado Turístico: Perú.

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/documentos/descarga/5eb1f3359f66f863232239.pdf> INPROTUR. (2020d). Informe de Mercado Turístico: Reino Unido.

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/documentos/descarga/5eb1f61172683437626938.pdf> INPROTUR. (2020e). Informe de Mercado Turístico: Francia.

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/documentos/descarga/5eb1f8d3cf630635342600.pdf> INPROTUR. (2020f). Informe de Mercado Turístico: México.

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/documentos/descarga/5ebc19fa2f02e928075753.pdf> INPROTUR. (2020g). Informe de Mercado Turístico: Estados Unidos.

<https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/documentos/descarga/5ec549570809b609673730.pdf> Marketing Schools. (2020). Inbound Marketing: Explore the Strategy of Inbound Marketing. Marketing Schools Org. <https://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/inbound-marketing/#section-0>

Sabate, F., Berbegal-Mirabent, J., Cañabate, A., & Lebherz, P. R. (2014). Factors influencing popularity of branded content in Facebook fan pages. *European Management Journal*, 32(6), 1001–1011. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.05.001>

Subsecretaría de Desarrollo Estratégico. (2022). Turismo Interno- EVYTH: Segundo trimestre 2022. <https://www.yvera.tur.ar/sinta/informe/documentos/descarga/633b06f8c58ae419013990.pdf>

Tafesse, W., & Wien, A. (2017). A framework for categorizing social media posts. *Cogent Business and Management*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1284390>

Vinerean, S. (2017). Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and Tactics. *Expert Journal of Marketing*, 5(2), 92–98.

IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LOCALIDADES DEL TREN PATAGÓNICO DESDE SU REINAUGURACIÓN EN EL AÑO 2014 HASTA EL AÑO 2019

Moscoso Florencia, Cabrera Nazarena, Evers Lisa, Freire Melina, Neyra Martina, Ricciardi Juan Manuel.

Universidad Argentina de la Empresa

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

El comienzo del ferrocarril tuvo lugar en Inglaterra alrededor del año 1825 como un factor clave para el desarrollo de dicho país. Este invento fue propagándose alrededor del mundo hasta llegar a la Argentina en la década de 1870, momento en el cual la nación se encontraba en un auge de crecimiento debido a las exportaciones. Esto atrajo capital extranjero que invirtió en las redes ferroviarias del país para poder llegar a los puertos con mayor facilidad y así poder continuar con la expansión del mismo (Salerno, 2021).

Luego de un proceso de privatización de este servicio en los años siguientes, el Gobierno de la Nación comienza a mostrar interés en su desarrollo con la intención de generar conectividad en aquellas poblaciones que tenían potencial para el desarrollo económico y, asimismo, para poder conectar las poblaciones entre sí.

Es así como, después de la segunda década del siglo XX, cuando comenzó a difundirse el turismo y el derecho al ocio entre la clase trabajadora, la Administración General de los Ferrocarriles del Estado encontró una nueva posibilidad para poder transportar a los pasajeros a sus destinos elegidos. De esta forma, los turistas podían acceder con mayor facilidad y de forma más económica a las playas, atractivos con valor natural, a las montañas. (Salerno, 2021)

A partir de la globalización y la ampliación de motivos por los que una persona viaja, comenzaron a aparecer nuevas y diversas formas de hacer turismo. Es por ello por lo que un importante medio para el desarrollo del mismo es el uso del ferrocarril. Este medio de transporte ha contribuido al desarrollo de la actividad, permitiendo que numerosos grupos de personas se desplazaran de forma cómoda, rápida y económica. Permitiendo, a lo largo de los años, no solo el acceso a quienes contaban con un alto poder adquisitivo, sino también a aquellas personas con menores ingresos que obtuvieron la posibilidad de realizar viajes y conocer nuevos lugares.

Es por este motivo que nos resulta interesante adentrarnos en el vínculo que se puede encontrar entre un medio de transporte como lo es el ferrocarril y los fuertes impactos que puede generar en "los pueblos alejados de las rutas automovilísticas, el intercambio económico de las regiones, el fortalecimiento de la industria turística y el mejoramiento de la situación de conflictos de tránsito ocasionada por el transporte automotor." (Ferrari, 2011, p.8)

A su vez, incentivaba a que se generaran inversiones de alojamientos en los territorios cercanos a las estaciones o ciudades donde paraba el tren para que los pasajeros pudieran hospedarse en los mismos (González, 2003).

Sin embargo, en los años 90, una nueva ideología del gobierno dio un vuelco a la política de transporte, privilegiando a la industria automotriz. A partir de este hecho, las

inversiones comenzaron a notarse mayormente en el petróleo, la petroquímica y el caucho. Asimismo, esta situación se profundizó con la privatización del servicio ferroviario, generando una reducción del servicio y con el tiempo, un desmembramiento.

Es en esta década cuando el gobierno de la provincia de Río Negro logra que la Nación le transfiera el servicio del ferrocarril para que puedan continuar con el ramal que atravesaba la misma. Esto se debe a que dicho tren significaba una fuente de trabajo para las personas que poblaban las localidades. El gobierno provincial crea así la empresa Servicios Ferroviarios Patagónicos (SEFEPA) para que administre el servicio del ferrocarril que recorría desde la capital de la provincia, Viedma, a la ciudad de San Carlos de Bariloche (La enciclopedia de ciencias y tecnologías en Argentina, 2014). Luego, y para el año 2013, la empresa decide actualizar el nombre de la empresa para pasar a llamarse Tren Patagónico. Este es el tren que estaremos analizando en la presente investigación.

Las poblaciones de la provincia de Río Negro que serán analizadas en mayor profundidad y por las que transita el ferrocarril corresponderán a: San Antonio Oeste, ubicada a 14 km de Las Grutas; Valcheta, la cual cuenta con un bosque petrificado como Área Protegida Municipal; Sierra Colorada e Ingeniero Jacobacci, desde donde se puede acceder al tren turístico "La Trochita". Se seleccionaron estas localidades dado que son aquellas que cuentan con mayor infraestructura para el turismo, mayor población y se complementan entre sí para crear un corredor turístico entre las estaciones de cabecera.

Es por este motivo que decidimos acotar la línea temporal de nuestra investigación y establecer una temporalidad sincrónica desde el momento en que vuelve a funcionar el Tren Patagónico sin interrupción hasta principios del año 2020, antes de la aparición de la pandemia por el virus COVID-19.

Además, seleccionamos este período por la reciente popularización de los trenes de larga distancia para el turismo, con la puesta en valor de los trenes a Mar del Plata, Pinamar, Tucumán y el tren a Mendoza, este último inaugurado en marzo de 2023 (23/03/23). Consideramos que esta investigación nos brindará información sobre las consecuencias socioeconómicas de los trenes de larga distancia en las localidades rionegrinas, que podrían ser eventualmente extrapoladas a otros destinos ubicados entre las cabeceras de líneas argentinas.

Por último, la presente investigación surge a partir del cuestionamiento en torno al impacto socioeconómico sufrido en ciertas localidades atravesadas por el Tren Patagónico desde su reactivación en el año 2014 hasta el 2019, año anterior a la pandemia mundial.

ASPECTOS RELEVANTES DE LA EXPERIENCIA

El motivo principal que nos inspira a realizar esta investigación es poder indagar sobre distintas variables generadas por el tren patagónico en las localidades investigadas, comparando los parámetros económicos y sociales vinculados al turismo. A partir de esta indagación, decidimos analizar el potencial turístico del Tren Patagónico en las localidades referenciadas, así como teorizar sobre su forma óptima de gestión.

Esperamos que la información obtenida, una vez analizados los datos recopilados, pueda ayudar a identificar, y visualizar, los cambios socioeconómicos del tren a sus *stakeholders*, entre ellos los residentes locales y el estado nacional, provincial y

municipal. Se podrían realizar recomendaciones a las municipalidades, inversores y residentes para potenciar los impactos positivos y minimizar los negativos en las localidades estudiadas. Asimismo, brindarles información de gran importancia que puedan utilizar para potenciales proyectos a desarrollar en cada una de las localidades.

Esperamos que tanto el trabajo, como las consecuencias de la aplicación de la información recolectada, se traduzcan en un beneficio para la población de las localidades a nivel económico, social, cultural y patrimonial. Visibilizando así los atractivos locales y mejorando la calidad de vida. Colaborando a evitar el éxodo de la población local, incitando la creación de empleos relacionados al turismo.

En base a los resultados obtenidos, podremos realizar recomendaciones generales que sean aplicadas por localidades que se encuentren en condiciones similares, (ya sea en el trayecto del tren patagónico, como en otro recorrido ferroviario de la región). Así como también, podremos otorgar información que ayude a la toma de decisiones en cuanto a la inversión en las distintas localidades, para el mismo mantenimiento del ferrocarril, y sobre los beneficios del fomento de los trenes de larga distancia como recurso turístico.

Por otro lado, nuestro trabajo de investigación, como documento en sí mismo, se sumará a un reducido repertorio de trabajos académicos sobre el impacto de los trenes en el turismo de Argentina, y brindará un estudio completo a los residentes de las localidades interesadas y los funcionarios estatales para que puedan aprovechar los conocimientos obtenidos para el desarrollo local.

PRINCIPALES LECCIONES/CONCLUSIONES

Los trenes de larga distancia fueron desarrollados principalmente con la función de transportar pasajeros y/o materiales. De cierta manera, cumplen el rol de conectar distintas ciudades y localidades, otorgándoles nuevas oportunidades de crecimiento demográfico e industrial, lo que genera cambios económicos, sociales, culturales y ambientales, entre otras formas de impacto.

Estas funciones han generado grandes cambios para las localidades que recorren en sus trayectos. En el caso de los trenes de larga distancia que transportan materiales, le otorgan la posibilidad de aumentar su capacidad productiva y adquirir nuevos productos, ampliando las oportunidades de producción y la generación de trabajos, así como también, diversifican el comercio.

En el caso de los trenes de larga distancia que transportan pasajeros, como son los trenes turísticos, aumentan la cantidad de personas que transitan por las distintas localidades, insertando la posibilidad de que se conviertan en posibles consumidores. Ya sea porque descienden en las estaciones para adquirir productos o, debido a que cuentan con la posibilidad de hacerlo, deciden visitar las localidades en forma de turismo, es decir que deciden pernoctar en las mismas, haciendo uso de su infraestructura hotelera, gastronómica y otras actividades complementarias.

A lo largo de diversos países, se ha investigado acerca del impacto que los trenes turísticos y/o de larga distancia han causado en las ciudades o localidades por las que transitan. Sin embargo, en base a lo estudiado en el Estado del Arte, observamos una carencia en investigaciones acerca de los diversos impactos de los trenes turísticos en la Argentina.

Es por ese motivo, que nuestra intención radica en poder comprender los impactos, tanto positivos como negativos, que surgieron en las localidades de Valcheta, San Antonio

Oeste, Ingeniero Jacobacci y Sierra Colorada, luego de la reactivación del Tren Patagónico en 2014 hasta el fin del 2019, previo al inicio en marzo de 2020 de la Pandemia por el virus COVID-19.

Para guiar la investigación, tomamos como pregunta esencial el siguiente planteo: ¿Cuál fue el impacto social y económico en las localidades de Valcheta, San Antonio Oeste, Ingeniero Jacobacci y Sierra Colorada, atravesadas por el Tren Patagónico a partir de su reinauguración en el año 2014 hasta el año 2019?

Sin embargo, considerando que es una interrogante que abarca innumerables variables y realidades, decidimos formular preguntas específicas que abarquen los aspectos más significativos desde el punto de vista turístico, para poder realizar una investigación adecuada en el período que dure el proyecto de investigación.

- Económico: ¿Se han notado cambios significativos en la actividad económica de las localidades mencionadas? ¿Aumentó o disminuyó el ingreso promedio de los empleados que se ven afectados por el servicio del ferrocarril? ¿Generó un aumento o una disminución en la disponibilidad de puestos de trabajo o en la posibilidad de crear emprendimientos afines al turismo?
- Social y relativo a la calidad de vida: ¿Hubo cambios demográficos significativos? ¿Qué impactos han notado en la seguridad, limpieza e higiene del pueblo desde la reapertura del tren? ¿Qué opinión tienen los residentes sobre el tren? ¿Aumentó el número de turistas que arriban a las localidades? ¿Y qué opinan de la llegada de estos visitantes?

Teniendo en cuentas las preguntas de investigación planteadas, la hipótesis de nuestra investigación será planteada de la siguiente forma:

“A partir de su reinauguración en el año 2014 hasta el año 2019, el Tren Patagónico tuvo un impacto social y económico positivo en las localidades de Valcheta, San Antonio Oeste, Ingeniero Jacobacci y Sierra Colorada. El tren busca sostener y/o aumentar estos efectos para los años posteriores, impulsando el desarrollo sostenible y sustentable de las mismas.”

EXPERIENCIA PROFESIONAL LABORAL

— ■
XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023
■ —



EXPERIENCIA PROFESIONAL COMO GUÍA TURÍSTICO EN PARADORES

Fernández Víctor Miguel.

Universidad Rey Juan Carlos, Madrid

CONTEXTO DE LA EXPERIENCIA

- Prácticas curriculares de Grado en Turismo entre el 28 de enero y el 29 de marzo de 2019 en el Parador de Turismo “Conde de Gondomar” en el municipio de Baiona, provincia de Pontevedra (Galicia, España).
- Prácticas curriculares del Máster en Dirección Internacional del Turismo entre el 8 y el 30 de agosto de 2020 en el Parador de Turismo “Conde de Gondomar” en el municipio de Baiona, provincia de Pontevedra (Galicia, España).

EXPERIENCIA

El Castillo de Monte Real, situado en el municipio de Baiona (Pontevedra) es un espacio cultural estratégico de la geografía española. A partir del siglo XIX dejó de cumplir sus funciones para ser destinada a uno de los sectores económicos más importantes del mundo: el turismo. Ello se consagró bajo la transformación de la finca como residencia de ocio veraniego y de recreo, una función que sigue desempeñando en la actualidad como sede del Parador de Turismo “Conde de Gondomar”, representado uno de los establecimientos más importantes de toda la red estatal de Paradores.

Durante mis prácticas curriculares de Grado en Turismo (URJC) como recepcionista en el Parador de Baiona y ante la baja ocupación del hotel durante la temporada invernal (>10% entre semana y 40% los fines de semana), se hizo muy necesario el desarrollo de nuevas actividades para dinamizar las prácticas y sacar el máximo provecho profesional de ellas. Dentro de los Paradores de Turismo de España, se encontraba en desarrollo la segmentación diferenciada de los establecimientos estatales en base a su esencia histórica, marco natural o entorno urbano. Los Paradores “Esencia”, como el Parador de Baiona, tenían un programa denominado “vive la Historia”, que supone el desarrollo de un protocolo de realización de visitas guiadas dentro del Parador.

Ayudado por la jefatura del Departamento de Recepción, fue diseñada y organizada por iniciativa propia una ruta turística guiada alrededor del Castillo de Monte Real para lo cual hubo que planificar la ruta de 2,5 kilómetros por las murallas, los puntos de parada y visitas a zonas exclusivas (Suite Imperial, Torre del Príncipe, Huerta del Parador, etc.), el diseño de tarjetas de invitación, listado de inscripciones, así como un mapa y cuadernillos de información que eran entregados a los clientes al final de la ruta como obsequio. Como material de apoyo se contaba con un micrófono inalámbrico, altavoz portales y una tablet para enseñar a los clientes distintas fotografías históricas a lo largo del recorrido en el que, además de explicar la historia de la fortaleza, se iban mostrando los recursos turísticos culturales y naturales de Baiona a la vista desde las murallas.

Las visitas guiadas fueron inauguradas el 2 de marzo de 2019, coincidiendo con la celebración de la Fiesta de la Arribada (declarada de interés turístico internacional) y tuvieron lugar hasta el 29 del mismo mes durante las mañanas o tardes de los viernes, fines de semana y algún día lectivo en grupos máximos de 15 personas por razones de sostenibilidad, seguridad y conservación del Patrimonio Histórico, resultando en un completo éxito de afluencia a pesar de ser temporada baja. El impacto generado fue muy positivo, ya que el Parador recibió numerosas reseñas web positivas en los principales motores de búsqueda y en la encuesta interna del establecimiento.

Al año siguiente, entre el 3 y 30 de agosto de 2020, dentro de unas nuevas prácticas curriculares del Máster en Dirección Internacional del Turismo (URJC) desarrolladas en la recepción del Parador de Baiona en un período de alta ocupación veraniega (80-100%), la ruta genérica de 2019 se diversificó en 5 rutas temáticas especializadas desarrolladas en horarios amplios en mañanas y tardes durante 5 días a la semana:

- *“Un paseo por la fortaleza: La llave de los reinos de Felipe II”*. Visita circular de 1,5 horas centrada en la historia del castillo (murallas, puertas, torres, etc.).
- *“Ruta de la colonia veraniega: El legado de la Edad de Oro”*. Visita circular de 1,5h centrada en los recursos turísticos de Baiona y la tradición local del turismo.
- *“Ruta Bedriñana: La redención de Paradores”*. Visita de 1,5 horas centrada en la familia Bedriñana, su filantropía y la restauración del castillo en el siglo XX.
- *“Palacio de Monte Real: El primer Parador de España”*. Visita corta de 1h centrada en la familia Elduayen-Fontán, el antiguo Palacio de Monte Real, y finca de recreo en lo siglos XIX y XX.
- *“Experiencia romántica en la Torre del Príncipe”* (la más exitosa). Visita corta de 1h por los lugares más encantadores del castillo que culminaba con una puesta de sol desde lo alto de la Torre del Príncipe narrando poemas y leyendas.

Las rutas tuvieron una gran incidencia en el ámbito de la investigación, ya que se divulgó en primera persona la información de mis propios trabajos académicos (Trabajo Fin de Grado, Trabajo Fin de Máster), así como investigación en abierto. Igualmente, estas rutas me han permitido realizar varios descubrimientos y profundizar la investigación “in situ” de distintos aspectos relacionados con el castillo, el antiguo palacio que se encontraba allí enclavado y la construcción del actual Parador de Baiona, objeto de mi actual tesis doctoral y de varios artículos científicos publicados.

Los grupos durante esta experiencia tuvieron que reducirse debido a la COVID-19, presentado un gran balance exitoso en el que el Parador engrandeció su imagen y volvió a recibir numerosas reseñas positivas, además del bienestar de los clientes tras el duro confinamiento de meses. Casi 400 personas disfrutaron de las distintas experiencias en 2019 y 2020, incluido el personal de los Departamentos de Recepción, Administración, Mantenimiento y también la propia Dirección. Durante el congreso se propone explicar brevemente todo el proceso experiencial vivido en los años 2019 y 2020 (cómo surgió la idea, organización, desarrollo, anécdotas, etc.) y animar a otros alumnos a sacar el mayor provecho de sus prácticas curriculares en el ámbito profesional, cultural e investigador.

XI SIMPOSIO INTERNACIONAL,
XVII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN
ACCIÓN EN TURISMO - CONDET 2023



Nos acompañan:



Ministerio de
Turismo y Deportes
Argentina



Agencia I+D+i

ISBN 978-950-34-2351-6

