

# REALIDAD, TENDENCIAS Y DESAFÍOS

---

## EN TURISMO

# 17

ISSN 01850-4787; e-ISSN 2545-6199 Año XIX Vol. 17 Nº 2



*ESTUDIOS TURÍSTICOS*  
*AMÉRICA LATINA*  
*EMOTIVIDAD POSITIVA*  
*TURISMO Y PATRIMONIO*  
*VOLUNTARIADO UNIVERSITARIO*  
*GESTIÓN AMBIENTAL DE DESTINOS*  
*MARKETING URBANO*  
*CIUDADES CREATIVAS*



# CONDET

Consejo de Decanos  
y Directores de Unidades  
Académicas Relacionadas  
con la Enseñanza del Turismo

Neuquén, Julio-Diciembre | 2019

# REALIDAD, TENDENCIAS Y DESAFÍOS EN TURISMO



CONSEJO DE DECANOS Y DIRECTORES  
DE UNIDADES ACADÉMICAS RELACIONADAS  
CON LA ENSEÑANZA DEL TURISMO

Neuquén, Diciembre de 2019

**Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas  
relacionadas con la Enseñanza del Turismo  
CONDET**

**Presidente**

Mónica Mabel Biasone

Decana Facultad de Cs. Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata

**Vicepresidente**

Gabriel Koremblit Pellegrini

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

**LATINDEX**  
Catálogo

Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
<http://www.latindex.org>

**CIRET**

Centre International de Recherches et Etudes Transdisciplinaires  
<http://www.ciret-tourism.com/>

**DOAJ**

Directory of Open Access Journals  
<https://doaj.org/>

**LATINREV**

Red Latinoamericana de Revistas Académicas en Ciencias Sociales y Humanidades  
<http://flacso.org.ar/latinrev/>

**REDIB**

Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico  
<https://www.redib.org/>

Ilustración y diseño de tapa: Julio Bariani - Diseñador en Comunicación Visual

Adaptación tapa volumen 17 N°2: Lic. Luis David Villaverde

Foto de tapa: adaptación de [fotografierende from Pexels](#)

ISSN 01850-4787 | e-ISSN 2545-6199

Educo 2019

Editorial de la Universidad Nacional del Comahue

Buenos Aires 1400 - (8300) Neuquén Capital



**CiN REUN**  
Red de Editoriales  
de Universidades Nacionales  
de la Argentina

**educo**  
Editorial Universitaria  
Universidad Nacional del Comahue

# REALIDAD, TENDENCIAS Y DESAFÍOS EN TURISMO

## Staf de la Revista

### Editora Responsable

Natalia Marenzana, Universidad Nacional del Comahue

### Consejo Editor

Stella Marís Visciarrelli, Universidad Nacional del Sur

Rodrigo Cristian Gonzalez, Universidad Nacional del Comahue

Marcelo Paz, Universidad Nacional de San Martín

Marlene R. Pedetti, Universidad Nacional de Quilmes

Ana Biassone, Universidad Nacional de Mar del Plata

Gabriel Koremblit Pellegrini, Universidad Nacional Tierra del Fuego

Viviana Navarro, Universidad Nacional de la Patagonia Austral

Julieta Andueza, Universidad Nacional de Misiones

Gabriel Tognelli, Universidad Nacional de San Luis

Roxana Mata Botana, Universidad Nacional de Lanús

Sebastián Di Nardo, Universidad Nacional de Río Negro

Alicia Spinello, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires

Pablo Montero, Universidad Nacional de la Plata

Graciela Iturrioz y Daniel E. Urie, Universidad Nacional San Juan Bosco

Héctor Castro, Universidad Nacional de San Juan

Pablo Reales, Universidad Nacional de Avellaneda

Adolfo Omar Cueto, Universidad Nacional de Cuyo

### Comité de Redacción

Yusara Mastrocola - Marina Zanfardini - Daniela Rodriguez - Pablo Azar

Maquetación: Luis David Villaverde

**Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo** es una publicación científica semestral del CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas Relacionadas con la Enseñanza del Turismo, <http://condet.edu.ar/>). Está editada por el Área de Publicaciones de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue. La revista tiene el propósito de difundir la actividad científica de los formadores e investigadores en turismo y recreación. Acepta artículos científicos en los ejes temáticos: administración y servicios turísticos, planificación y gestión del espacio turístico, políticas públicas turísticas, marketing, ocio y tiempo libre, sociología, patrimonio cultural y natural, formación del profesional en turismo, derecho y legislación turística.

## NORMAS DE PUBLICACIÓN

### Política Editorial

*Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* es una publicación científica anual del CONDET (Consejo de Decanos y Directores de Unidades Académicas Relacionadas con la Enseñanza del Turismo, <http://condet.edu.ar/>), que comenzó a publicarse en marzo del año 2.000. Está editada por el Área de Publicaciones de la Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue.

La revista tiene el propósito de difundir la actividad científica de los formadores e investigadores en turismo y recreación. Acepta artículos científicos, revisiones bibliográficas, estudio de caso y ensayos en los ejes temáticos: administración y servicios turísticos, planificación y gestión del espacio turístico, políticas públicas turísticas, marketing, ocio y tiempo libre, sociología, patrimonio cultural y natural, formación del profesional en turismo, derecho y legislación turística.

La periodicidad de *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* es semestral y la recepción de manuscritos se encuentra permanentemente abierta. Para publicar en nuestra revista el autor debe enviar su contribución a la Editorial de la revista ([revista@condet.edu.ar](mailto:revista@condet.edu.ar)) de acuerdo con las especificaciones descritas en la guía para autores.

Los juicios emitidos por los autores de los artículos son de su entera responsabilidad; por lo tanto, no comprometen las políticas de las Universidades miembro ni las del Comité Editorial. Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido si se cita siempre la fuente, *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* está bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir Igual 4.0 Internacional.

*Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo* es una publicación gratuita y sin fines de lucro. Por ello no establece ningún cargo a los autores por evaluar, publicar o difundir sus producciones académicas.

### Recepción de artículo

Al remitir su producción académica a la revista, por favor tenga en cuenta las siguientes anotaciones:

- Con el envío de artículos a la dirección de la revista el autor adquiere el compromiso de no someterlo en forma simultánea a la consideración de otras publicaciones.
- La recepción de los artículos y su sometimiento al proceso de evaluación no aseguran su publicación y tampoco implican un plazo específico para su inclusión en un número determinado.

Declaración de la obra original

Una vez el Comité Editorial decide enviar un artículo para su revisión, el(los) autor(es) correspondiente(s) tendrá(n) que firmar una declaración en la que, entre otras cosas, certifica(n) que el texto presentado es un trabajo original y permite(n) su publicación. El orden en el que aparecen los autores deberá ser una decisión conjunta de los mismos.

Normas de Estilo

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>Formato</b>   | Los formatos de los archivos deben ser en procesador de texto: <i>Word / Writer</i> .   |
| <b>Extensión</b> | La extensión del mismo, depende del tipo de artículo:<br>a. Artículos científicos: entre 5.000 y 7.000 palabras.<br>b. Estudio de caso: entre 2.000 y 3.000 palabras<br>c. Reseñas bibliográfica: entre 2.000 y 3.000 palabras.<br>d. Ensayos: entre 2.000 y 3.000 palabras.<br>La extensión incluye las referencias bibliográficas.  |
| <b>Título</b>    | Debe proporcionarse un título y si el mismo excede las seis palabras, incluir además un título abreviado que cumpla esta extensión.   |
| <b>Autores</b>   | Sus nombres deben estar dispuestos en el orden correcto de publicación.<br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Se deben proporcionar las direcciones de correo electrónico correctas para cada autor.</li> <li>• El nombre completo de cada autor debe estar presente en su cuenta en el formato exacto en que debe aparecer para su publicación, incluyendo o excluyendo cualquier segundo nombre o inicial según sea necesario</li> <li>• La afiliación de cada autor contribuyente debe ser correcta en su cuenta de autor individual. La afiliación mencionada debe estar donde se basaron en el momento en que se realizó la investigación para el artículo.<br/>                     Ej: Ivan Tomiic. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. San Martín de los Andes. Provincia de Neuquén. Argentina. Correo electrónico: <a href="mailto:ltomicic@fatu.uncoma.edu.ar">ltomicic@fatu.uncoma.edu.ar</a></li> </ul> Los datos de formación y experiencia de los autores, se presentan a partir de su registro en ORCID ID ( <a href="https://orcid.org/">https://orcid.org/</a> ), para lo cual el autor enviará la referencia correspondiente. |
| <b>Resumen</b>   | Los autores deben proporcionar un resumen estructurado en su presentación:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>• Objetivos (obligatorio)</li> <li>• Diseño / metodología / enfoque (obligatorio)</li> <li>• Resultados y Discusión (obligatorio)</li> <li>• Implicaciones prácticas y sociales (si corresponde)</li> <li>• Originalidad / valor (obligatorio)</li> </ul> El máximo es de 300 palabras en total (incluidas las palabras clave y la clasificación de artículos).<br>Los autores deben evitar el uso de los pronombres personales dentro del resumen estructurado y el cuerpo del documento. La redacción del texto debe ser en modo impersonal, redactada a tales efectos en tercera persona del singular del presente.<br>El resumen deberá redactarse en español e inglés.  |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <b>Palabras clave</b>             | <p>Los autores deben proporcionar palabras clave adecuadas y breves. Deben ser 3 a 5.</p> <p>Las palabras clave deben redactarse en español e inglés; y deben ser estratégicas en la enunciación de información adicional a lo que se menciona en el título, dado que las mismas serán las palabras que los motores de búsqueda incluirán para posicionar el artículo.</p>   |
| <b>Clasificación del artículo</b> | <p>Los autores deben clasificar su artículo como parte del proceso de envío. Debe seleccionar la categoría que mejor describa su trabajo:</p> <p><b>Artículo científico.</b> Esta categoría cubre artículos que informan sobre cualquier tipo de investigación realizada por el (los) autor (es). La investigación puede involucrar la construcción o prueba de un modelo o marco, investigación de acción, prueba de datos, investigación de mercado o encuestas, investigación empírica, científica o clínica.</p> <p><b>Estudio de caso.</b> Los estudios de caso describen intervenciones o experiencias reales dentro de las organizaciones. Bien pueden ser subjetivos y generalmente no informarán sobre la investigación.</p> <p><b>Reseña bibliográfica.</b> La revista recibe Reseñas de libros publicados en los últimos dos años y de reediciones de obras antiguas.</p> <p><b>Ensayo.</b> Género breve que expone con profundidad una interpretación personal sobre un tema científico, histórico, filosófico, entre otros, sin el rigor sistemático del artículo científico. No muestran directamente resultados de investigación empírica y presentan un aporte específico al conocimiento del turismo.</p> |
| <b>Títulos</b>                    | <p>Los títulos deben ser concisos, con una clara indicación de la distinción entre la jerarquía de los títulos.</p> <p>El formato preferido es que los encabezados de primer nivel se presenten en negrita y los subtítulos subsiguientes se presenten con letra cursiva y estarán alineados a la izquierda.</p>   |
| <b>Notas al pie de página</b>     | <p>Se recomienda restringir el mínimo uso posible las notas o notas al final: deben usarse sólo si es absolutamente necesario y deben identificarse en el texto mediante números consecutivos y a pie de página. Además, deberá incluirse el título en idioma inglés</p>   |
| <b>Agradecimientos</b>            | <p>Deberán ir en página separada, a fines de la evaluación ciega.</p>  |
| <b>Figuras y gráficos</b>         | <p>Todos los cuadros, diagramas, dibujos de líneas, páginas web / capturas de pantalla e imágenes fotográficas deben nombrarse como Figuras, enumeradas consecutivamente, e incrustadas en el apartado del documento donde se haga mención a la misma. A los fines de su edición, su tamaño no podrá ser inferior a los 10 cm por lado; y su calidad deberá ser como mínimo de 300 dpi.</p> <p>Los gráficos pueden suministrarse en color para facilitar su aparición en la versión en línea; y en escala de grises o con tramas, para la versión impresa. Para los gráficos, es de utilidad que los porcentajes o valores se etiqueten los porcentajes y números de las categorías.</p>   |
| <b>Tablas</b>                     | <p>Las tablas deben estar enumeradas consecutivamente, e incrustadas en el apartado del documento donde se haga mención a la misma.</p> <p>Recordar de incluir las notas, los superíndices o asteriscos que se muestran en la tabla al pie la misma.</p>   |

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Referencias bibliográficas</b></p>              | <p>Las referencias deben realizarse conforme lo estipulado por las normas APA sexta edición.<br/>Deben presentarse en orden alfabético: no separar las referencias, conforme el tipo (leyes, sitios web, artículos, etc).</p> <p>[+] Información</p> <p><a href="https://normasapa.com/normas-apa-2019-cuestiones-mas-frecuentes/">https://normasapa.com/normas-apa-2019-cuestiones-mas-frecuentes/</a></p>  |
| <p><b>Configuración texto</b></p>                     | <p>Fuente: Arial tamaño 12<br/>Márgenes superior, inferior, derecho, izquierdo: 2.54 cm<br/>Alineación: Justificada. Sangría: 1ra. línea 0,63 cm.<br/>Interlineado: 1,5 líneas.<br/>Espaciado anterior y posterior: 0 cm.</p>  |
| <p><b>Criterios de evaluación</b></p>                 | <p>Todos los artículos son sometidos al sistema de doble referato ciego: ni los evaluadores ni los autores conocen las respectivas identidades de unos y otros. Para facilitar la evaluación, enviar al editor el trabajo original por correo electrónico en formato Word, con los autores con el título en la primera página. En la segunda página repetir el título, y continuar con el resto del artículo: resumen, palabras clave, y demás apartados del mismo.</p> <p>A fin de garantizar el anonimato, reemplazar <b>TODAS</b> las marcas de autoría, autocita y referencia institucional en el trabajo con el siguiente párrafo: <i>extraído el dato a los fines de evaluación.</i></p>   |
| <p><b>Procedimiento de evaluación de artículo</b></p> | <p><b>Recepción:</b> análisis del cumplimiento de los requisitos formales de presentación. Aquí el documento podrá ser aceptado, o remitido nuevamente al/los autor/es para que cumplimenten los requisitos de presentación.</p> <p><b>Consultas</b></p> <p>Secretaría de Investigación. Facultad de Turismo<br/>Universidad Nacional del Comahue</p> <p>Buenos Aires 1400. (8300) Neuquén - Argentina<br/>Tel/Fax: 54-299-4490445<br/>E-mail: <a href="mailto:revista@condet.edu.ar">revista@condet.edu.ar</a> /<br/><a href="mailto:secretaria.investigacion@fatu.uncoma.edu.ar">secretaria.investigacion@fatu.uncoma.edu.ar</a></p> <p><u>Ediciones anteriores de la revista:</u><br/><a href="http://condet.edu.ar/">http://condet.edu.ar/</a> y<br/><a href="http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/condet">http://revele.uncoma.edu.ar/htdoc/revele/index.php/condet</a></p> |



## ÍNDICE

|   |     |
|---|-----|
| (¿RE?) PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN EL CAMPO DE LOS ESTUDIOS TURÍSTICOS ¿QUÉ PASA EN AMÉRICA LATINA?<br>Gabriel Comparato   | 1   |
| EMOTIVIDAD POSITIVA, EL BENEFICIO ESPERADO DE HACER TURISMO.<br>José Luis López Ibáñez; Aldo Daniel Maciel  | 27  |
| ARTICULACIONES ENTRE TURISMO Y PATRIMONIO. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: VOLUNTARIADO UNIVERSITARIO EN ESTACIÓN LÓPEZ, PARTIDO DE BENITO JUÁREZ.<br>Valeria Palavecino; Juan Manuel Padrón | 45  |
| GESTIÓN AMBIENTAL DE DESTINOS: APROXIMACIÓN TEÓRICA-METODOLÓGICA.<br>Marcela Bertoni; Joaquín Testa; Valeria Faginas;<br>María José López; Julieta Maffioni   | 55  |
| LA VULNERABILIDAD DE DESTINOS COSTEROS. DISEÑO DE INDICADORES PARA SU MEDICIÓN.<br>Hilda Puccio; Nazarena Grana; Georgina Marshall;<br>Sebastián Adaniya; Ricardo Mansilla                                      | 81  |
| MARKETING URBANO, CIUDADES CREATIVAS Y TURISMO. ANÁLISIS TURÍSTICO DE LAS TRANSFORMACIONES URBANAS EN LA CIUDAD DE SANTA FE (2004-2017), ARGENTINA.<br>Melisa Paola Picco                                       | 105 |



## PRESENTACIÓN

El volumen 17 N°2 de la revista *Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo del CONDET* es la edición correspondiente al segundo semestre del año 2019, y es nuestro segundo año de publicación semestral. Como novedad implementada a partir de este número, notarán que hemos modificado los aspectos estéticos de los artículos publicados, incluyendo además nuestras nuevas "Normas de publicación".

Aprovechamos a comentarles que, desde octubre del año pasado, estamos trabajando en el posicionamiento de la revista, y tenemos la satisfacción de haber sido incluidos dentro de la Red Latinoamérica de Revistas (LatinREV), de la Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico (REDIB), así como también fue certificada nuestra pertinencia al Directorio de Revistas de acceso abierto (Directory of Open Access Journals: DOAJ), habiendo además acreditado los requisitos de Latindex Catálogo y Erihplus (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences).

En este número, presentamos seis artículos, los cuales fueron seleccionados y evaluados por el Comité Académico organizador del *IX Simposio Internacional y XV Jornadas Nacionales de Investigación -Acción en Turismo del CONDET*, realizado en la sede de Universidad Nacional de Misiones, en Posadas, entre el 25 y 27 de septiembre del presente año.

El primer artículo, corresponde a un trabajo de un investigador de la Universidad Nacional de La Plata, donde analiza 13 revistas especializadas en turismo dentro de América Latina: 5 de Brasil, 3 de México, 2 de Argentina, 1 de Chile, 1 de Colombia y 1 de Perú. De cada una de ellas, el autor realiza un minucioso análisis bibliométrico, brindando además herramientas prácticas para el desarrollo y mejora de políticas de publicación científica.

El segundo artículo, corresponde a un trabajo en conjunto de investigadores de la Universidad Nacional de Avellaneda y de la Universidad Nacional de Misiones, quienes abordan el estudio de la felicidad aplicándolos a la práctica turística. Abordan qué factores contribuyen a definirla, y cuáles son las formas que asume.

El tercer artículo, expone el recorrido en relación con las prácticas de extensión/divulgaciones científicas, donde se articula el turismo con el patrimonio aplicado al caso de Estación López (Provincia de Bueno Aires), y es abordado por investigadores de Universidad Nacional de Centro de la Provincia de Buenos Aires.

En el cuarto artículo, investigadores de la Universidad Nacional de Mar del Plata, proponen una aproximación teórica–metodológica que aporte un marco operativo para la gestión ambiental de los destinos turísticos.

El siguiente artículo, realiza una propuesta de indicadores para la medición de la vulnerabilidad de destinos costeros, y es presentado por investigadores de la Universidad de Morón. El mismo, es parte de una investigación mayor: Cambio Climático y la Reducción de los Riesgos de Desastres en destinos Turísticos Costeros de la Provincia de Buenos Aires.

El último artículo, es producto de un trabajo de graduación de la Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo de la Universidad Nacional de Quilmes, que propone analizar las transformaciones urbanas en la Ciudad de Santa Fe.

¡Felicitaciones a los autores por sus aportes al conocimiento en el campo del turismo y la recreación!

**Equipo Editorial**

Dra. Daniela Rodríguez,

Dra. Yúsara Mastrocola,

Dra. Marina Zanfardini,

Prof. Pablo Azar,

Lic. Natalia L. Marenzana MSc. y

Lic. Luis David Villaverde.

## (¿RE?) PRODUCCIÓN CIENTÍFICA EN EL CAMPO DE LOS ESTUDIOS TURÍSTICOS ¿QUÉ PASA EN AMÉRICA LATINA?

Gabriel Comparato

Instituto de Investigaciones en Turismo (FCE - UNLP) y Comisión de Investigaciones Científicas (LINTA - CIC). Argentina.

### CONTACTO

 [0000-0001-8965-8981](https://orcid.org/0000-0001-8965-8981)

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

### Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Comparato, G. (2019). (¿Re?)Producción científica en el campo de los estudios turísticos. ¿Qué pasa en América Latina?. *Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 1-26.

Recibido: 06/10/2019

Aceptado: 29/10/2019

### RESUMEN

En un marco de crecimiento pero a la vez de marcadas desigualdades en el sistema científico, el presente trabajo de investigación pretende generar un aporte a partir de un doble alcance. Por un lado, problematizar una serie de postulados generales que frecuentan los estudios de segundo orden del turismo y, por otro, abordar un área de vacancia de la literatura relacionada a la caracterización de las revistas especializadas dentro de América Latina en el periodo 1990-2017. En este sentido, y a partir de una muestra no probabilística de 13 revistas, se consideró oportuno y necesario reconstruir ciertas tendencias bajo un marco de "sociologías de las ausencias" (de Sousa Santos, 2006). Dentro de los resultados se concluye que un buen número de afirmaciones que, sin necesariamente pecar de erróneas o falaces, ocurren en importantes omisiones. En efecto, se planteó como denominador común que para cada uno de los enunciados conviven escenarios variables, contrastantes y hasta duales en lo que respecta al desarrollo científico. Lo cierto es que estos matices también se territorializan a nivel regional. Para ello, y en función de la ponderación de las mismas a partir de su factor de impacto y otros índices, se procedió a compararlas en función de sus indexaciones, citaciones, niveles de endogeneidad y posicionamiento. Por tal motivo, se entiende el trabajo que no solo puede resultar de interés dada la escasez de investigaciones sino también por sus implicancias prácticas. Es decir, que dicha información adquiere no solo una importancia académica-analítica, sino que práctica e instrumental para el investigador, en su carácter individual, o a modo colectivo en tanto insumo para el desarrollo y la mejora de políticas científicas.

### PALABRAS CLAVE

turismo - ciencia - campo - producción científica - américa latina

## SCIENTIFIC (RE?) PRODUCTION IN TOURIST STUDIES WHAT HAPPENS IN LATIN AMERICA?

Gabriel Comparato\*

Tourism Research Institute (FCE - UNLP)  
& Cientific Research Commision (LINTA -  
CIC). Argentina.

### CONTACT

 [0000-0001-8965-8981](https://orcid.org/0000-0001-8965-8981)

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

### Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Comparato, G. (2019). *(¿Re?)Producción científica en el campo de los estudios turísticos. ¿Qué pasa en América Latina?. Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 1-26.

Received: 06/10/2019

Accepted: 29/10/2019

### ABSTRACT

In a framework of growth but at the same time of marked inequalities in the scientific system, the present research work aims to generate a report from a double scope. On the one hand, problematizes a series of general postulates that frequent the second-order studies of tourism and, on the other, address an area of vacancy in the literature related to the characterization of specialized journals within Latin America in the period 1990-2017. In this sense, and based on a non-probabilistic sample of 13 journals, it is considered opportune and necessary to reconstruct certain tendencies under a framework of "sociologies of absences" (de Sousa Santos, 2006). Within the results it is concluded that a good number of affirmations, without sinning of errors or fallacies, incur important omissions. In fact, it was proposed as a common denominator that for each one of the statements coexist a variable, contrasting and even dual scenarios in what respects scientific development. The truth is that these nuances are also territorialized at the regional level. To do this, and based on their weighting on their impact factor and other indices, the journals were compared according to their indexations, citations, endogeneity levels and positioning. For this reason, the work is understood not only to be of interest given the lack of research but also for its practical implications. It is considered that this information not only acquires an academic-analytical importance, but also practical and instrumental for the researcher, in his individual character, or in a collective way as input for the development and improvement of scientific policies.

### KEYWORDS

tourism - science - field - scientific production - latin america

## INTRODUCCIÓN

Son diversos los trabajos que posicionan al turismo como un campo en crecimiento e, incluso, autores que lo han referido como una disciplina científica. Lo cierto es que pese a los matices y contrastantes que pueden ser dichas apreciaciones, abundan posicionan acrícticas y poco fundamentadas respecto al tema. O, más aún, que caracterizándose por rigurosidad y reconocimiento, no resultan representativas de lo que puede estar sucediendo en otras latitudes. De ahí que el trabajo surge de este núcleo problemático y pretende dar cuenta de un doble proceso complementario entre sí. Por un lado, un eje más general, que busca problematizar en torno a dos postulados generales que frecuentan los estudios de segundo orden del turismo. Y, por otro, en sintonía con una investigación aplicada, busca abordar un área de vacancia de la literatura relacionada a la caracterización de las revistas especializadas en turismo dentro de América Latina.

En ese orden, desde el primer eje se parte desde una serie de enunciados que en lugar de discutir en torno a su veracidad se opera, por el contrario, a partir de reflexionar sus omisiones. Es decir, sin necesariamente desmentirlos lo que se busca es plantear un análisis crítico en torno a las excepciones y contraejemplos existentes para dichas tendencias. De esta manera se plantea como denominador común que para cada uno de los enunciados que se presentan conviven escenarios variables, contrastantes y hasta duales en lo que respecta al desarrollo científico del turismo en función de la dimensión espacial que se seleccione a tal efecto. Desde el punto metodológico, si bien no es de todo exhaustivo ni excluyente, esta contextualización toma como punto de partida una serie de análisis bibliométricos en idioma español, portugués e inglés, siendo que los ejes de debate son los siguientes:

I. *“Existe un crecimiento pronunciado en la producción bibliográfica directa e indirectamente relacionada al turismo”*

II. *“A la vez, se han profundizado los esfuerzos por estimar, evaluar y clasificar la literatura a partir de abordajes bibliométricos”*

Por su parte, el segundo encuadre propuesto es el resultado de la confección de una matriz de análisis comparativa que combina fuentes cuanti y cualitativas. En estos casos, la información de la cual se basa la misma, fue extraída directamente de las revistas especializadas más históricas del turismo en América Latina y de sus respectivas indizaciones durante los meses de octubre y diciembre de 2018. Este abordaje no solo permite extraer el perfil de las mismas para el escenario contemporáneo sino, también, da cuenta de un proceso de distribución geográfica, a partir de ciertas características

nacionales, y temporales, a partir de considerar un horizonte 1990-2017.

A los efectos analíticos, de las 31 revistas directamente y explícitamente relacionados con el turismo vigentes, se seleccionaron 13 en función un muestreo no probabilístico utilizando dos criterios. El primero: buscar representatividad en función de la jerarquía en la distribución geográfica en función del total de revistas, es decir, que Brasil sea el país con mayor cantidad de la muestra (5), siguiéndole México (3), Argentina (2), Chile (1), Colombia (1) y Perú (1) respectivamente. Por otro lado, por ser aquellas que tienen mayor antigüedad dentro del campo científico del turismo de América Latina: a tal efecto, se constituye un umbral para la selección en el que se establece que cada revista debe tener al menos 15 años desde su creación y, con ello, poder realizar un análisis histórico de mayor alcance. Cabe resaltar, no obstante, que hubo tres excepciones que son la Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, El Periplo Sustentable y Teoría y Praxis, que se entiende que se encuentran cerca al periodo seleccionado y contribuyen a cumplir con el primer criterio, es decir, buscar tener una representatividad en función de la desigualdad geográfica.

A modo de cierre de la introducción se debe especificar el marco mediante el cual se desenvuelve el presente trabajo de investigación y, a posteriori su principal limitante. Por una parte, se trata de un trabajo que forma parte de los avances de la tesis para obtener el título de Dr. en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de La Plata, siendo el ámbito de trabajo el Instituto de Investigaciones en Turismo de la misma Universidad. Por otro lado, cabe destacar la importante limitación metodológica y es que solo se seleccionaron las revistas que explícitamente abordan al turismo como campo de actuación, es decir, los resultados aquí obtenidos pueden no ser representativos de aquellas que entre sus temas se destacan otros campos de las ciencias. En tal sentido, resulta interesante, dado el carácter multidisciplinar del campo, que próximos estudios profundicen en las revistas indirectamente relacionadas al turismo o, al menos, cuyo perfil temático excede los límites de esta práctica social.

## **UNA (RE)LECTURA DEL CONTEXTO**

Así como desarrollo histórico y las variantes de la práctica turística representan diversas líneas de investigación e implican la posible toma en consideración de diversas posturas teóricas, las reflexiones de segundo orden, como son los casos de abordajes epistemológicos del campo científico, constituyen un tipo particular de análisis que tiene un diferente grado de desarrollo teórico y que, además, requiere ciertas técnicas específicas. Concretamente, pese a reconocerse un proceso de imbricación entre estas dos dimensiones, cada una de ellos tiene niveles de madurez diferentes. Pearce (2014) en esta línea, sostiene por ejemplo que así como los patrones globales del turismo y las

razones detrás de este crecimiento están bien investigados, a la fecha ha habido poco examen desde una perspectiva internacional de la naturaleza y la importancia de esta mayor actividad de investigación. Alfonso González (2010) por su parte, plantea que sorprende que a pesar de la magnitud económica, cultural y social que representa esta práctica social permanezca, aún, poco investigada. Autores como Niding, Andueza, Farías, Alonso y Zamudio (2010), agregan que el turismo se encuentra en proceso de delimitación de sus fronteras frente otros campos de conocimiento y en una búsqueda de consolidación de su autonomía.

Ahora bien, sin desconocer, tal como sostiene Bertonecello (2010, p.13), que ha existido un crecimiento del campo que se expresa en el fortalecimiento de los marcos conceptuales y de su rigor metodológico, y el posicionamiento del turismo por fuera de lo *“banal e irrelevante”*, lo cierto es que el turismo aun disputa procesos de legitimación. De hecho, tradicionalmente, no ha resultado de interés para la investigación social en la medida en que en este campo prevalecían indagaciones vinculadas con aspectos, actividades y procesos relacionados con la producción y no aquellos vinculados con el ocio y movilidad (Troncoso, 2016 y Comparato, 2018). Será recién a partir de la década de los '90, en la que se puede evidenciar un consenso científico en afirmar que a partir de ese momento se comienza a consolidar como campo disciplinar (Castillo Nechar, 2006; Ascanio, 2010) y tiene origen lo que se denomina plataforma científico céntrica (Jafari, 2005). Es decir, si bien se pueden identificar diferentes y diversos trabajos académicos que lo anteceden será este escenario el que resulte un cambio de tipo cualitativo, cuantitativo y hasta geográfico en la producción científica vinculada al turismo.

Dicho esto, y antes de adentrar en las características editoriales de las revistas especializadas para América Latina, se considera oportuno y necesario incluir algunos postulados que abundan dentro del campo académico del turismo, bajo un marco de *“sociologías de las ausencias”* (de Sousa Santos, 2006). Ello no implica necesariamente contradecir o desmentir ciertas tendencias, sino interpelarlas bajo la inclusión de otras dimensiones analíticas, que tienen que ver, por ejemplo, con la inclusión de las desigualdades socio-espaciales. En tal sentido, esta contextualización no solo permite actuar marco interpretativo a los efectos del análisis posteriori sino que, también, da lugar a incluir tensiones, contrastes y matices que coexisten en el campo. Las afirmaciones seleccionadas fueron las siguientes:

### ***1) Existe un crecimiento pronunciado en la producción bibliográfica directa e indirectamente relacionada al turismo***

Es evidente el interés en el estudio sistemático del turismo ha surgido de un gran número de investigadores de diversas partes del mundo y de diferen-

tes perspectivas disciplinares. Pero este proceso, lejos de ser homogéneo y equilibrado, se caracteriza por presentar escenarios contrastantes. Entre ellas, cabe destacar el liderazgo académico de los Estados Unidos (EEUU), el Reino Unido, Canadá, Australia y Nueva Zelanda, junto con nuevas áreas dinámicas entre las que se destacan países como China, Turquía o Corea. O, también, la prevalencia de ciertos campos disciplinares en particular como son los casos de economía, geografía, sociología, antropología y psicología (Monterrubio, 2012). Solo a título de ejemplo, se pueden citar el trabajo Ren, Pritchard y Morgan (2009) quienes sostienen que tres cuartas partes de los editores de revistas en turismo están localizados en EE.UU., Reino Unido, Canadá, Australia y Nueva Zelanda, siendo que la tendencia en producción de la literatura inserta en dichos marcos mantiene una lógica similar en cuanto al origen de la misma. O el caso del estudio de Svensson, Svaeri y Einarsen's (2009), quienes a partir del análisis de las contribuciones empíricas publicadas en seis importantes revistas de investigación sobre turismo y hospitalidad (en idioma inglés) durante el período 2000–2007, identificaron que 4 de cada 10 trabajos provenían de Norte América y solo un 1,2% lo hacían desde América del Sur.

Por otro lado, si se realizara un paneo general de lo que plantea gran parte de la literatura vinculada a la producción de conocimiento en turismo se podría afirmar que existe consenso en sostener que este campo investigativo es fragmentado y ecléctico (Benckendorff y Zehrer, 2013), heterogéneo y fuertemente dividido (Ren, Pritchard y Morgan 2009), diverso y poco teorizado (Lai, Li y Scott, 2015). Martini Moesch sostiene (2013) que las relaciones de contexto histórico después de la segunda guerra mundial y el crecimiento de flujos también determinaron el reduccionismo en el tratamiento epistemológico, donde las evidencias objetivas y la producción del conocimiento se establecieron alrededor de la trilogía investigación tecnología-progreso. Prevalece, por tanto, un conocimiento mayoritariamente utilitario y funcional cuya rigurosidad está ligada a la medición económica de los impactos, es decir una demarcación por parte de la verificación estadística y determinismo económico: en palabras de Tribe, una *"indisciplina del turismo"* (1997, p. 653).

Lo cierto es que lo planteado anteriormente dio lugar, también, a lo que se ha denominado como una desigualdad "norte/sur" (Osorio García, 2016, p.539) o lo que aquí se podría denominar como hegemonía anglófona. En este sentido, y retomando a Osorio García (Ob. Cit.), la autora plantea que en el primero prevalece un mercado de revistas científicas vendidas por empresas tales como Elsevier y Thomson Reuters cuyo modelo de negocio está basado en suscripciones de cobertura internacional y que distribuye los títulos más relevantes mediante bases de datos albergadas en plataformas tecnológicas (Scopus o Web of Science, por ejemplo). Por el otro lado, predominan revistas académicas fuera de la órbita comercial internacional, cuya distribución y acceso depende básicamente de los esfuerzos de las universidades y asocia-

ciones académicas y que, frecuentemente, están al margen de los grandes flujos de conocimiento.

En este sentido, y si bien puede reconocerse que existe un crecimiento y enriquecimiento de la producción científica en todo el mundo, también es evidente que existen regiones, como América Latina, cuya difusión, promoción y reconocimiento ha sido escaso. El punto es que no se trata simplemente de una falta de acciones de difusión y de posicionamiento, que para diversos casos puede ser notorio, sino que también aparecen algunas barreras más generales y estructurales, que son características de la sociología de la ciencia y que están relacionados a la desigualdad imperante en el conocimiento científico. Es decir, la convivencia y coexistencia de canales formales que poseen prestigio y, por tanto legitimidad para su reconocimiento científico, y por otro, la convivencia de periferias científicas que disputan no solo espacios de difusión sino reconocimiento dentro de las reglas del juego.

Por su parte, también cabe destacar, que dicha expansión no solo tuvo un impacto en términos geográficos o espaciales sino también en la impresión de desigualdades temáticas. Si el análisis se centra solo en América Latina, en los últimos años se evidencian procesos de diversificación de tópicos pero que, pese a ello, autores como Bertoncetto (2010), destacan que existen tradiciones temáticas que aún mantienen una gran representatividad. Entre ellas, se pueden destacar, por ejemplo, perspectivas económicas del turismo así como abordajes relacionados al desarrollo, el análisis del sector a partir de la teoría general de los sistemas, la planificación y gestión turística, el estudio de impactos, la valorización de la cultura a través del patrimonio o mismo el turismo naturaleza. Troncoso (2016), complementa al geógrafo argentino afirmando que no solo se trata de una predominancia de temática sino que también de tipos particulares abordajes. Aquí se destacan la predominancia de saberes técnicos e instrumentales al momento de analizar al turismo y que, han instituido puntos de partida de la producción de conocimientos sobre el turismo. Agrega, a la vez, que en años recientes han surgido otras que aún tienen una difusión incipiente. Algunas de estas nuevas miradas vienen de la mano del giro cultural en los estudios del turismo el cual abreva en perspectivas más amplias que han inspirado la producción en ciencias sociales en las últimas décadas como son el postestructuralismo y el postmodernismo. Lo anterior, se puede complementar, con los aportes Osorio García (2016) quien, sostiene que en función de un análisis comparativo de varios estudios que incluye el periodo 1994-2010, se observa que el tema de turistas/visitantes se posiciona como el número uno de la investigación turística, y que, en general, en general los temas ligados a la planificación, el desarrollo turístico sustentable (impactos, ecoturismo, desarrollo sustentable) presentan una buena participación en relación al total de la investigación en turismo dentro del contexto internacional.

## **II) A la vez, se han profundizado los esfuerzos por estimar, evaluar y clasificar la literatura a partir de abordajes bibliométricos**

Sería una gran omisión desconocer el avance sustancial que se ha realizado en términos de estudios de la producción científica del campo turístico. Específicamente, Sheldon (1990) fue una de las primeras en inaugurar dicha propensión a los análisis bibliométricos pero será recién en el comenzar del siglo XXI que irá adquiriendo una mayor madurez. Solo a los efectos de síntesis, se puede destacar el trabajo de Köseoglu, Sehitoglu & Craft (2016) en "*Bibliometric studies in tourism*" en el que llevaron adelante un estudio de largo alcance en el que seleccionaron y analizaron críticamente 190 artículos de carácter bibliométricos de las principales revistas de hospitalidad y turismo. Los resultados de la investigación revelaron que los artículos bibliométricos publicados en estas revistas aumentaron significativamente después de 2008. En este sentido, y luego de identificar las 9 principales revistas dentro del turismo y la hospitalidad: 1) *Annals of Tourism Research*, 2) *Journal of Sustainable Tourism*, 3) *Tourism Management*, 4) *Journal of Travel Research*, 5) *International Journal of Tourism Research*, 6) *International Journal of Hospitality Management*, 7) *Cornell Hospitality Quarterly*, 8) *International Journal of Contemporary Hospitality Management* y 9) *Journal of Hospitality and Tourism Research* concluyen que no solo son las revistas de mayor posicionamiento, sino que, a la vez, lo que producen, reciben y difunden la mayor cantidad de artículos en el rubro.

No obstante, y en línea con lo tratado previamente, se trata de un fenómeno que tampoco tuvo una distribución homogénea en todo el mundo. De ahí que resulte interesante reflexionar críticamente en torno a ellos e identificar una serie de sesgos que se podrían sintetizar en tres ejes principales. Por un lado, i) coexisten profundas desigualdades idiomáticas, que se traslada, como es de esperar, en asimetrías geográficas. Por otro, ii) predominan los abordajes cuantitativos, con unidades de análisis discretos y periodos relativamente cortos de tiempo; y tercero, aunque no menos importante, iii) la casi ausencia de datos y metadatos correspondientes a revistas latinoamericanas en las principales bases de datos científicas internacionales.

En cuanto al primer punto, y en función de lo planteado en el eje anterior, no resulta novedoso que no solo exista desigualdad en términos de volumen de producción científica sino también en los estudios que intentan medirlos, evaluarlos, clasificarlos y ponderarlos. No obstante, es marcada la escasez de trabajos en América Latina que buscan dar cuenta de un estado de situación de las revistas especializadas. Existen excepciones sí, pero estas - en general- tienen a incluir solamente ciertas revistas en particular, como son las revistas brasileñas más consolidadas en turismo, el caso de la revista *Estudios y Perspectivas en Turismo* (Argentina) o *Periplo Sustentable* (México) que, tal

como se verá más adelante, de las pocas que poseen indizaciones que trascienden lo regional. Dentro de los autores que se han destacado en la región se pueden encontrar los diferentes una serie de trabajos de Picazo Peral y Moreno Gil (2012a, 2012b, 2012c y 2013) que en función del análisis de 31 revistas iberoamericanas, en el periodo 2006 y 2011 concluyen que, entre los países más productivos o con mayor presencia en el campo se destaca Brasil, seguido muy de cerca por España y, en tercer orden pero con una marcada diferencia, México. Asimismo, destaca que existe una tendencia manifiesta en no publicar en otros idiomas. A modo de ejemplo, de las publicaciones internacionales de habla inglesa, España concentra el 60% del volumen de producción total de Iberoamérica y, en el otro extremo, México representaba en ese periodo menos del 1% del total de publicaciones internacionales de habla inglesa, produciendo anualmente una cifra ligeramente superior a los 20 artículos anuales. Se podría agregar, en este punto no solo la marginalidad de los estudios bibliométricos sino la ausencia de estadísticas y métricas actualizadas.

En cuanto al segundo sesgo mencionado, el excesivo énfasis en aspectos numérico-matemáticos no es un fenómeno que le sea exclusivo al turismo ni a la región pero si la marcada presencia de unidades de análisis con un muy bajo margen muestral (que no sucede tanto en análisis bibliométricos en inglés) y, con periodos de estudio de corto alcance, especialmente centrados en momentos reducidos, generalmente asociados a algún momento del siglo XXI. Asimismo, cabría destacar, que no necesariamente los estudios bibliométricos latinos buscan representatividad regional sino que lo que suele suceder es que seleccionan de revistas muy específicas, coincidentes con su nivel de citación o de indización. Cuando esto no sucede, se tiende a referenciar a Iberoamérica, que incluye a países como España o Portugal, y no a América Latina en sí misma.

Finalmente, cabría destacar que no se trata solamente de desigualdades expresadas en el orden cuantitativo, sino que, además y principalmente, de ciertas barreras, impedimentos o dificultades que atentan o desalientan este tipo de estudios en la región. Es decir, además de haber una desigualdad mundial y regional en términos de producción, existen condiciones que dificultan la ejecución expansión de estudios de segundo orden. De esta manera, cabe destacar, que una gran parte de los estudios bibliométricos de turismo utilizan generalmente las bases de datos SSCI o Scopus para extraer información, siendo que estas, a la vez, contienen escasos datos de artículos y producciones latinas y, por el contrario, se caracterizan por ser más representativos de los artículos que han sido escritos en inglés. Al mismo tiempo cabría agregarse algunos sesgos manifestados por Köseoglu et. al. (2016) donde sostienen que los estudios bibliométricos parten en general del análisis de revistas científicas, ignorando libros, capítulos de libros, monografías, actas de congresos,

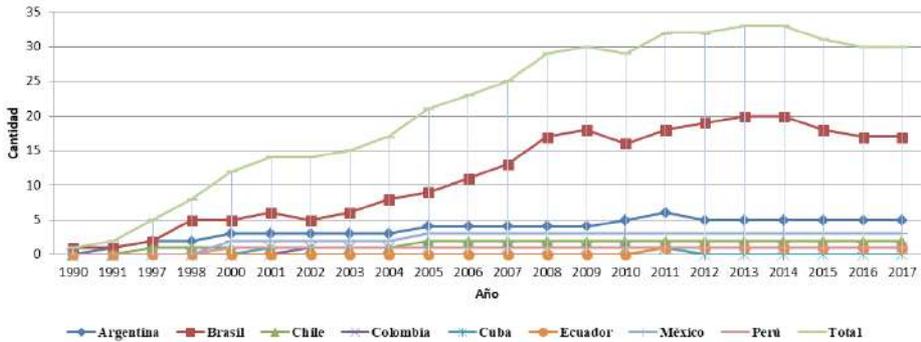
etc. para evaluar la evolución del campo. Por su parte, autores tales como Korstanje (2014 y 2015) critican este tipo de abordajes que comúnmente se utilizan para analizar el estado de situación de producción de conocimiento en turismo, argumentando que no necesariamente lo que más contribuyen a la conformación y consolidación de la disciplina son los más citados. O, mismo, que dicha cuantificación no es un indicador de la calidad lo que se produce y que, incluso, mucho de estos rankings descuidan lo que se produce en otros países u otros contextos, que no están insertos en los rankings.

## MATICES LATINOAMERICANOS

Ahora bien, contextualizado -al menos parcialmente- el escenario mediante el cual se desenvuelve el campo científico del turismo dentro de lo que se denominó "*sociologías de las ausencias*" (de Sousa Santos, 2006), resta abordar una de las temáticas emergentes, prioritarias y, a la vez más marginales de la producción bibliográfica. Se trata de las características que vienen adoptando las revistas científicas directamente vinculadas al turismo y que, tal como se planteó, constituyen uno de los indicadores formales a los efectos de medir la madurez de un campo científico. De tal manera, y en respuesta a los sesgos o déficits que han caracterizado este tipo de estudios del turismo, el presente apartado pretende realizar una caracterización de mayor alcance temporal y también geográfico. En efecto, toma como punto de partida tendencias generales a nivel regional, a modo de contexto, para ir progresivamente dando mayor valor agregado y especificidad a los temas en función de una muestra seleccionada a tal efecto. Cabe aclarar, no obstante que se trata de un tema complejo y que por tanto no se pretende agotarlo aquí y que, como se anticipó, se debería seguir profundizando a posteriori.

En virtud de lo anterior, se puede tomar en consideración la estimación de Osorio García (2016) basada en Latindex en la que establece que existen 121 revistas clasificadas en el campo de las ciencias sociales que investigan al turismo como uno de sus temas de estudio. No obstante, si a dicho universo se le recortara en función de aquellos espacios que directamente y expresamente tienen como foco principal el turismo, dicho número se podría reducir a un total de 31 para el año 2017. El punto es que si ese número se le incorpora dinamismo temporal, se podría sintetizar el comportamiento en el tiempo de la siguiente manera:

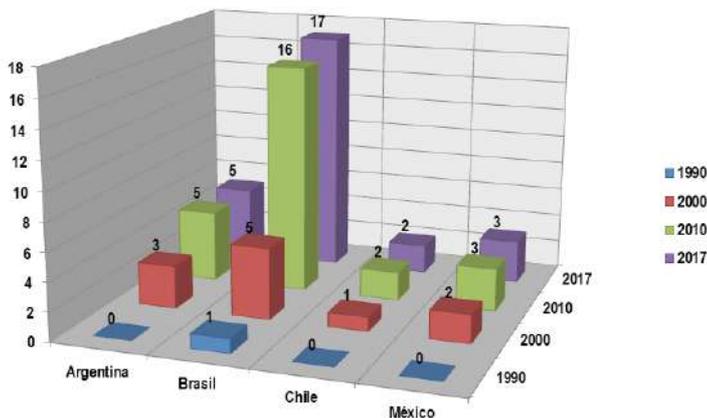
Figura 1. Evolución temporal de la cantidad de revistas totales y por país.



Fuente: elaboración propia.

De lo expuesto anteriormente sobresalen algunos datos relevantes. El primero es que se puede hablar efectivamente del inicio de un proceso de institucionalización de revistas directamente vinculadas al turismo a partir de la última década del siglo XX, con los antecedentes de mayor larga data que son “Revista Turismo em Análise” (Brasil-1990) y la actual denominada “Estudios y Perspectivas en Turismo” (Argentina-1991). No obstante, y pese a existir una tendencia de crecimiento casi permanente, se podría destacar una tendencia de progresión gradual que se hace más pronunciado a partir de la siguiente década a partir del liderazgo que le ha impuesto especialmente Brasil; y que, claro está, contrastará con el mesetamiento del resto de los países. Esta información puede quedar aún más en evidencia si se selecciona solamente los países líderes a partir en el rubro:

Figura 2. Evolución de la cantidad de revistas según países líderes.s

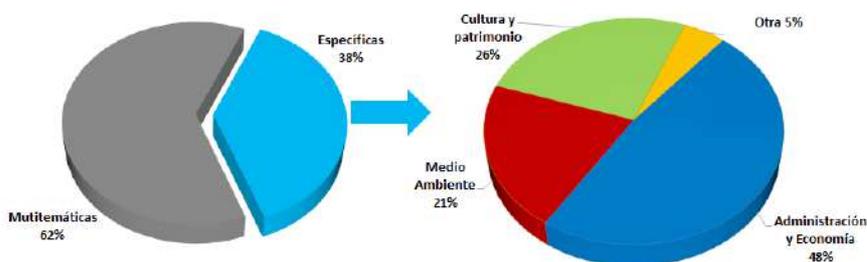


Fuente: elaboración propia.

Es decir, si bien es cierto que existió un crecimiento para casi todos los países de la región, incluyendo a los más influyentes en términos de turismo, queda también de manifiesto, que se ha acentuado la polarización de la mayoría de los países con respecto a Brasil. Desigualdad, que por tanto, no es una impronta característica del sistema mundial sino que, de alguna manera, se replica a nivel regional y hacia el interior de los mismos países. Si a esta reflexión se la expresa numéricamente, se podría sintetizar que para 2018 más del 50% de las revistas especializadas del turismo a nivel regional están concentradas en Brasil. Se puede sugerir, no obstante, que la cantidad por sí sola no constituye un indicador de madurez del campo ni menos de la calidad de las revistas, pero sí un dato del nivel de posicionamiento que va adquiriendo un camino con el correr del tiempo.

Si el foco del análisis se traslada al alcance temático propuesto en cada revista analiza en el marco de sus políticas editoriales, la síntesis queda de la siguiente manera:

Figura 3. Distribución temática de las revistas.



Fuente: elaboración propia.

Por tanto, a modo general, el perfil temático de las revistas contabilizadas previamente expresan una tendencia manifiesta a no circunscribir su política editorial a un fenómeno, variable o eje particular de la práctica turística sino que la mayoría tiende a ser bastantes generales en sus pronunciamientos temáticos. Sin embargo, si se buscara precisar aquella porción que sí lo hacen, se podría afirmar que la mayoría específica temas enmarcados en las ciencias de la administración y economía, siendo lo que se destaca para el primero caso, por ejemplo, las áreas de hospitalidad.

Ahora bien, a los efectos de dar un mayor nivel de valor agregado a la información expuesta, de las 31 revistas directa y explícitamente relacionados con el turismo vigente, se seleccionaron 13 en función un muestreo no probabilístico utilizando dos criterios. El primero: buscar representatividad en función de la jerarquía en la distribución geográfica observada previamente en función del total de revistas. Es decir, que Brasil sea el país con mayor cantidad de la muestra (5), siguiéndole México (3), Argentina (2), Chile (1), Colombia (1)

y Perú (1) respectivamente. Por otro lado, por ser aquellas que tienen mayor antigüedad dentro del campo científico del turismo de América Latina. A tal efecto, se constituye un umbral para la selección en el que se establece que cada revista debe tener al menos 15 años desde su creación y, con ello, poder realizar un análisis histórico de mayor alcance. Cabe resaltar, no obstante, que hubo tres excepciones que son la *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* (Brasil, 12 años), *El Periplo Sustentable* (México, 12) y *Teoría y Praxis* (México, 14 años), que se entiende que se encuentran cerca al periodo seleccionado y contribuyen a cumplir con el primer criterio, es decir, buscar tener una representatividad en función de la desigualdad geográfica.

Tabla 1. Muestreo no probabilístico de revistas especializadas.

|    | PAÍS      | REVISTA  | IDENTIFICACIÓN |
|----|-----------|--|----------------|
| 1  | Argentina | <i>Aportes y Transferencias</i>                    | AT             |
| 2  | Argentina | <i>Estudios y Perspectivas en Turismo</i>          | EPT            |
| 3  | Brasil    | <i>Revista Turismo em Análise</i>                  | TA             |
| 4  | Brasil    | <i>Licere</i>                                      | LI             |
| 5  | Brasil    | <i>Caderno Virtual de Turismo</i>                  | CVT            |
| 6  | Brasil    | <i>Revista Turismo - Visão e Ação</i>              | TVA            |
| 7  | Brasil    | <i>Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo</i>   | RBPT           |
| 8  | Chile     | <i>Gestión Turística</i>                           | GT             |
| 9  | Colombia  | <i>Anuario Turismo y Sociedad</i>                  | TS             |
| 10 | México    | <i>El Periplo Sustentable</i>                      | PS             |
| 11 | México    | <i>Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo</i> | PT             |
| 12 | México    | <i>Teoría y Praxis</i>                             | TP             |
| 13 | Perú      | <i>Turismo y patrimonio</i>                        | TPR            |

Fuente: elaboración propia.

En función de lo anterior, y luego de proceder a la elaboración de una matriz de análisis que pretende, por un lado, cruzar información variada a partir de múltiples fuentes, se procede, por otro, a sintetizar y evidenciar los datos más relevantes. El lector, puede notar que además de consultar los sitios webs correspondientes a cada revista se constató con otras instancias, complementariamente, para asegurar mayor veracidad y actualización de datos. De esta manera, por ejemplo, pese a que en el sitio web sea enuncie que dicha revista tiene tal o cual índice, se procedió a constatarlo directamente con el índice correspondiente. Dicho esto, resulta interesante poner en valor los siguientes datos:

- **Periodicidad:** La periodicidad de las revistas es variada, predominando aquellas con tirada cuatrimestral (46%), siguiéndole en importancia las semestrales (31%) y anuales (15%). Solo se registra una revista con frecuencia trimestral que es el caso de Estudios y Perspectivas en Turismo (Argentina).
- **APCs:** Salvo la excepción de una revista en la que no se registraron datos ("*Gestión Turística*") ninguna registra cargos de publicación para el autor de la obra o, lo que comúnmente se denomina *Article Processing Charges* (APCs) dentro del mundo científico internacional.
- **Apertura idiomática:** En cuanto a los idiomas admitidos, se registró que el 100% de las revistas admite el español, siguiéndole en importancia el portugués e inglés con la misma representatividad (61% para cada uno). De las revistas con mayor apertura idiomática, se encuentra "*Turismo y Sociedad*" (Colombia) que no solo permite enviar manuscritos en los idiomas señalados sino la posibilidad de enviar artículos en francés e italiano. Se posiciona así, como la revista histórica que permite mayor diversidad idiomática. Por otro lado, no se registró mención alguna a una posible inclusión lenguas nativas tales como Quechua, Guaraní, Aymara u otras en ninguna de las revistas.
- **Acceso abierto:** En lo referido a acceso abierto, todas las revistas pese a sus diferencias, y con la excepción de la revista "*Gestión Turística*" (Chile), explicitan su carácter de *Open Access*. Las diferencias radican en que para algunas esto es solamente explicitado dentro de una oración general y, para otras, como el caso de "*Caderno Virtual de Turismo*" (Brasil) que se encarga de poner de manifiesto a partir de una "*política de Acesso Livre*" con su correspondiente logo identificadorio. O, también, el caso de "*Turismo y Sociedad*" (Colombia) que constituye un firmante "*Declaración de San Francisco sobre la Evaluación de la Investigación*" (DORA). En virtud de este último punto 7 de las 13 revistas adhieren a DORA, aunque no necesariamente todos lo explicitan en sus sitios webs.
- **Licencias:** En lo referido a licencias y derechos, el 67 % expresa sus licencias "*Creative Commons*" predominando aquellos que especifican el tipo: "CC BY-NC-SA". Es decir que permite se le permite al autor copiar, reproducir, distribuir, comunicar públicamente la obra, y generar obras derivadas siempre y cuando se cite y reconozca al autor original. En estos casos, la distribución de las obras derivadas debe hacerse bajo una licencia del mismo tipo y que no se permite utilizar la obra con fines comerciales. Existen excepciones, como es la Revista "*Turismo - Visão e Ação*" (Brasil) que resultan más genéricas. Concretamente expresan que el autor permite copiar, reproducir, distribuir, comunicar públicamente la obra, realizar obras derivadas (traducción, adaptación, etc.) y hacer de ella un uso comercial, siempre y cuando se cite y reconozca al autor original.
- **Software utilizado:** En línea con lo anterior, se pudo registrar que al ingresar

a los códigos "meta" del lenguaje HTML de cada sitio web, la mayoría utilizó como soporte *Open Journal Systems* (OJS) con algunas excepciones como "Turismo y Patrimonio" (Perú) que utilizó como programa "Powered by Visual Composer - drag and drop page builder for WordPress". En cuanto a los sitios webs desarrollados bajo OJS, las versiones más actualizadas (3.1.1.2) corresponden a dos revistas brasileras: *Turismo em Análise* y *Revista Turismo - Visão e Ação*.

- **Cesión de derechos:** Cabría agregar que además del acceso abierto y de las licencias, resulta importante identificar los derechos que cede el autor de cada revista a la que presenta su trabajo. En este sentido, se constató que menos de la mitad (46%) aparece indexada en *SherpaRomeo*, siendo que la mitad de las mismas (3 revistas) aparecen categorizadas. En virtud de lo anterior, solo dos (*Caderno Virtual de Turismo* y *Turismo y Sociedad*) de la muestra aparecen como "Green journal" o lo que es lo mismo le permiten al autor, archivar la versión "pre-print" y "versión editada de su trabajo" y una sola como "blue journal", que significa que al autor se le reconoce el derecho de archivar el "post-print". Este último es el caso de "El Periplo Sustentable". En el otro extremo del escenario, aparecen revistas como *Teoría y Praxis* (México) y *Gestión Turística* (Chile) en el que dentro de sus políticas establece que los autores renuncian a sus derechos o, en su defecto, los ceden.

- **Servicios web:** En cuanto a los servicios o facilidades que brindan estas revistas en sus sitios webs, se destacan escenarios variados, permaneciendo como tendencia general estéticas, programaciones y de bajo nivel de valor agregado y formas tradicionales de exponer la información y estructurar su sitio web. En este sentido, por ejemplo, la mayoría cumple parcialmente los requisitos para su usabilidad móvil, considerando con ello, por ejemplo, la posibilidad ingresar y leer la información cómodamente o la posibilidad de descargar extensiones de los artículos compatibles con dispositivos móviles. En ese sentido, dentro de los sitios webs menos amigables con los entornos móviles se encuentra el caso de "Estudios y Perspectivas en Turismo" (Argentina) en la que resulta incompatible acceder a ciertos links a partir de, por ejemplo, un celular o tablet. Asimismo, tampoco resulta común que las revistas presten servicios como es la sugerencia de citas para sus artículos (menos del 40% sugieren citas) o métricas, siendo que para este punto solo 3 de cada diez revista ofrece métricas. En contrario a esta tendencia aparecen revistas como la de la Universidad de Externado (Colombia) "Turismo y Sociedad" o "El Periplo Sustentable" de la Universidad Autónoma del Estado de México que brinda un mayor nivel de detalle de sus estadísticas. Se puede destacar, también, la intención emergente de la Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina) para incorporar indicadores "altmetrics" en sus próximas ediciones.

- **DOI:** Finalmente otro dato llamativo surge de evaluar las revistas a la luz de los debates contemporáneos y es que solo la mitad de las revistas con mayor trayectoria del campo del turismo brindan *Identificador de objeto digital* (DOI). Y, no solo ello: el asunto se agrava si se considera que solo 8 de las 13 revistas

incorporan metadatos dentro del código HTML de sus sitios web, dificultando la visibilidad de sus escritos al menos por los principales motores de búsqueda. Cabe destacar, no obstante, que algunos mitigan este problema a partir de la capacidad de metadatos que incorporan sus indexaciones. Solo a modo de ejemplo se podría citar *“Estudios y Perspectivas en Turismo”* que suple la casi inexistencia de metadatos de los artículos dentro de su sitio web a partir de por ejemplo de los servicios que posee dentro de *Redalyc* que permite la recopilación y posicionamiento en los principales motores de búsqueda.

Otro de los asuntos centrales surge de poner en evidencia las indizaciones que tienen cada una de las revistas seleccionadas. Si bien es cierto que existen muchas más se procede a tomar una serie de índices que comúnmente se destacan dentro de los sistemas científicos internacionales. De ahí se extrae la siguiente información:

Figura 4. Indizaciones de las revistas seleccionadas.

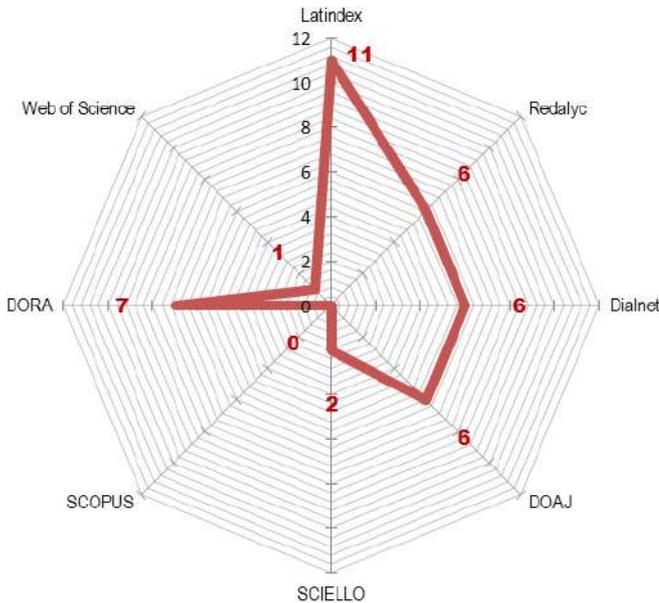
| REVISTA | LATINDEX (CATÁLOGO) | REDALYC | DIALNET      | DOAJ | SCIELLO | SCOPUS | DORA | WOS |
|---------|---------------------|---------|--------------|------|---------|--------|------|-----|
| AT      | SI                  | NO      | NO           | NO   | NO      | NO     | NO   | NO  |
| EPT     | SI                  | SI      | SI - GRUPO C | NO   | SI      | NO     | SI   | SI  |
| TA      | SI                  | NO      | NO           | SI   | NO      | NO     | NO   | NO  |
| LI      | SI                  | NO      | NO           | NO   | NO      | NO     | NO   | NO  |
| CVT     | SI                  | SI      | SI - GRUPO C | SI   | NO      | NO     | SI   | NO  |
| TVA     | SI                  | NO      | NO           | NO   | NO      | NO     | NO   | NO  |
| RBPT    | NO                  | SI      | NO           | SI   | NO      | NO     | SI   | NO  |
| GT      | SI                  | SI      | SI - GRUPO D | NO   | NO      | NO     | SI   | NO  |
| TS      | SI                  | NO      | SI - GRUPO C | SI   | NO      | NO     | SI   | NO  |
| PS      | SI                  | SI      | SI - GRUPO C | SI   | SI      | NO     | SI   | NO  |
| PT      | NO                  | NO      | NO           | NO   | NO      | NO     | NO   | NO  |
| TP      | SI                  | SI      | SI - GRUPO C | NO   | NO      | NO     | SI   | NO  |
| TPR     | SI                  | NO      | NO           | SI   | NO      | NO     | NO   | NO  |

Fuente: elaboración propia, octubre de 2018.

En virtud de lo anterior, y tal como la matriz lo evidencia, existe una marcada tendencia por parte de las revistas especializadas en turismo en relación a su adscripción a índices regionales. De tal manera, y si bien es cierto que no todas tienen el mismo cumplimiento de características exigidas, casi el 85% de las revistas están incorporadas al catálogo del *“Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal”* (Latindex). Por su parte, casi la mitad de las revistas totales tienen su indización en el *“Sistema de Información Científica Redalyc. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y*

Portugal". El punto es que dichos números contrastan notablemente con lo que sucede con otros índices internacionales que exceden la región como es el "Directory of Open Access Journals" (DOAJ), la "Scientific Electronic Library Online" (SCIELO), SCOPUS o, más aún, la Web of Science (WOS).

Figura 5. Indizaciones de las revistas seleccionadas según gráfico radar.



Fuente: elaboración propia.

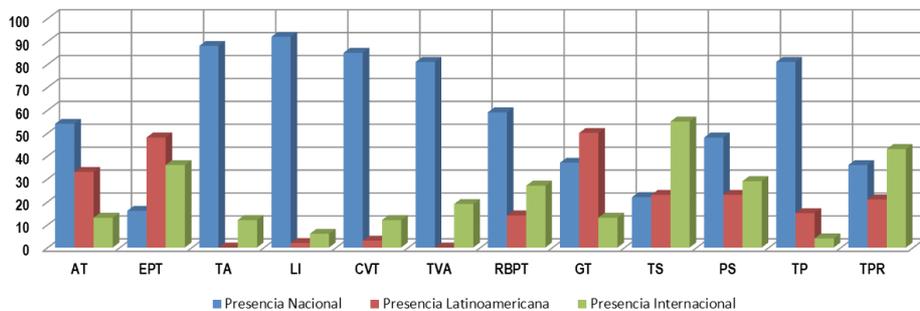
En línea con lo anterior, existen dos revistas líderes en este asunto: se trata de los casos de Estudios y Perspectivas en Turismo (Argentina) y El Periplo Sustentable (México). Específicamente si bien no coinciden exactamente en las mismas indizaciones se trata de un perfil de revistas electrónicas cuyo alcance excede lo región y, no solo constituyen un indicador de mayor prestigio internacional sino, a la vez, cobertura y motivo de publicación y consulta. El dato llamativo que surge es que solo una revista especializada en turismo dentro de América Latina está indizada en WOS o, lo que es lo mismo, solo 3% del total de revistas tiene dicha indización. En el otro extremo, existen revistas como "Cuadernos del Patrimonio Cultural y Turismo" (México) y "Turismo y patrimonio" (Perú) que no registran una política activa en términos de indización internacional.

En línea con lo anterior, otro dato llamativo surge del análisis de la composición del comité editorial y científico. La primera, es la marcada preponderancia nacional en la conformación de tales comités y la relativa ausencia de miembros evaluadores y asistentes de otros países del mundo extra-Lati-

noamérica. Por tanto, se identificó como importante diferenciar i) “presencia nacional” del indicador e ii) “América Latina” (en la que no se tuvo en cuenta el país de origen de dicha revista). Por último, como se puede observar, se elabora un indicador al que se denomina iii) “presencia internacional” que, como su nombre lo indica, estima la presencia de miembros extranjeros, por fuera de la región, que participan en la evaluación y gestión de la revista.

Figura 6. Internacionalización de los comités.

**Tipo de presencia del comité editorial y científico en %**



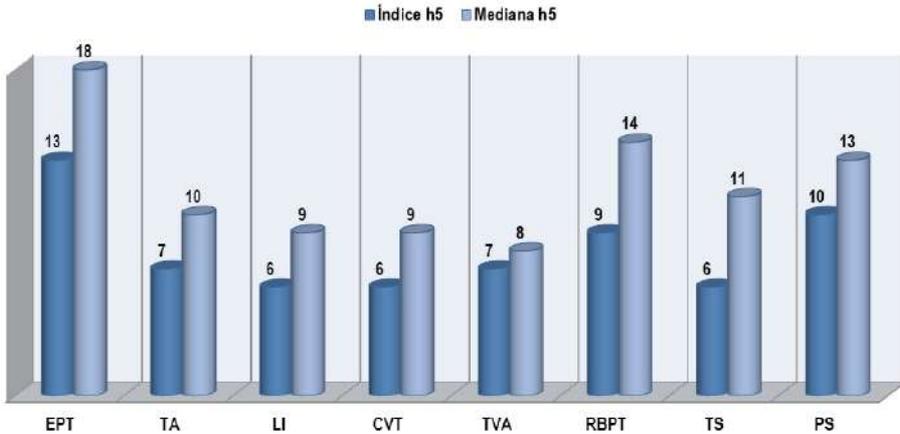
Fuente: elaboración propia.

En virtud de lo expuesto, se pueden destacar al menos tres grupos diferenciables de revistas. Por un lado, un grupo más equilibrado en lo que refiere al origen de los miembros de los comités, entre los que se encuentran Estudios y Perspectivas en Turismo (Argentina), Periplo Sustentable (México) y Turismo y Patrimonio (Perú). En este segmento en particular, y pese a los matices, no solo asignan importancia a la participación de científicos de su país, sino también da la región y del mundo. Por otro lado, existe un grupo de revistas, en su mayoría brasileras, que privilegian investigadores de sus propios países al momento de conformar sus comités, destacándose Licere (92%) Revista Turismo em Análise (88%), Caderno Virtual de Turismo (85%), Revista Turismo - Visão e Ação (81%) y Teoría y Praxis (81%), esta última de México. Se podría sintetizar que en base a dichas representatividades, al menos 8 de cada 10 miembros del comité tienen como origen el mismo país de la revista. En el otro extremo se encuentra el caso de la Revista Turismo y Sociedad (Colombia) en el que más de la mitad (55%) de los miembros del comité no son ni de Colombia ni de América Latina, evidenciándose como la revista cuya composición resulta de las más abiertas en comparación a las otras revistas históricas de la región.

Si el eje de análisis se centra en métricas, cabe recordar, en primera instancia, la falta de información actualizada respecto al tema y la fragmentación y dispersión de la misma. No obstante, y pese a dichas limitaciones, se procede a realizar algunas descripciones de fuentes variadas, de manera de contextualizar lo más posible las diferentes características. En tal sentido, se

tomaron las estadísticas de Google Scholar, que si bien no cuenta con datos de todas las revistas seleccionadas, es uno de los motores de búsqueda con mayor volumen de información. A tal efecto, se podría sintetizar el promedio de citaciones de la siguiente manera:

Figura 7. Citaciones según Google Scholar en el periodo 2013-2017.



Fuente: elaboración propia en base a Google Scholar. Consultado en octubre de 2018<sup>(1)</sup>.

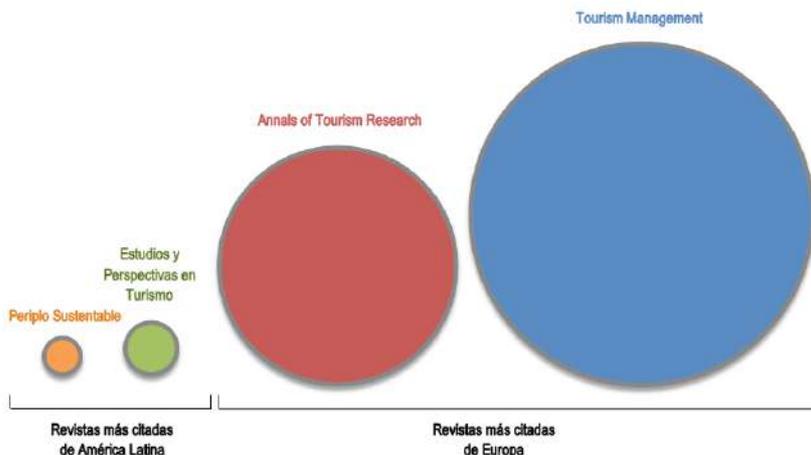
Tal como se puede observar en el gráfico precedente, de aquellas revistas históricas que poseen datos relacionados al índice H5 y Mediana H5, la mayoría evidencia un promedio de citaciones similares, destacándose como la más citada "Estudios y Perspectivas en Turismo" (Argentina), "Periplo Sustentable" (México) y la "Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo", del lado opuesto, con la mitad de citas, algunas revistas brasileras como "Licere", "Caderno Virtual de Turismo", "Revista Turismo - Visão e Ação". De esta manera, se deduce que pese a existir ciertas revistas líderes en términos de factor de impacto, en este rubro no predominan desigualdades evidentes.

No obstante a lo anterior, resulta interesante poner dichas estadísticas en el marco del contexto internacional planteado anteriormente. En este sentido, si se incluye aquellas revistas con mayor nivel de citación en el campo del turismo (Tourism Management y Annals of Tourism Research) y se las compara con aquellas líderes regionales, se podría observar que se verifica la marcada desigualdad y asimetría planteada en los apartados anteriores. Puesto en otros términos, los artículos publicados en Tourism Managment, por ejemplo, son casi 8 veces más citados que los editados por Estudios y Perspectivas en Turismo, para el periodo 2013-2017 con un índice h5 de 85 y una mediana

(1) Notas: El índice h5 es el índice h de los artículos publicados en los últimos 5 años completos. Se trata del número mayor h en cuanto a que h artículos publicados entre 2013 - 2017 deben tener al menos h citas cada uno. La mediana h5 de una publicación es el número mediano de citas de los artículos que componen el índice h5

h5 de 135 o el caso de Annals of Tourism Research con 59 y 90 de índices respectivamente.

Figura 8. Comparación de citaciones según Google Scholar 2013-2017 según revistas más importantes de cada región



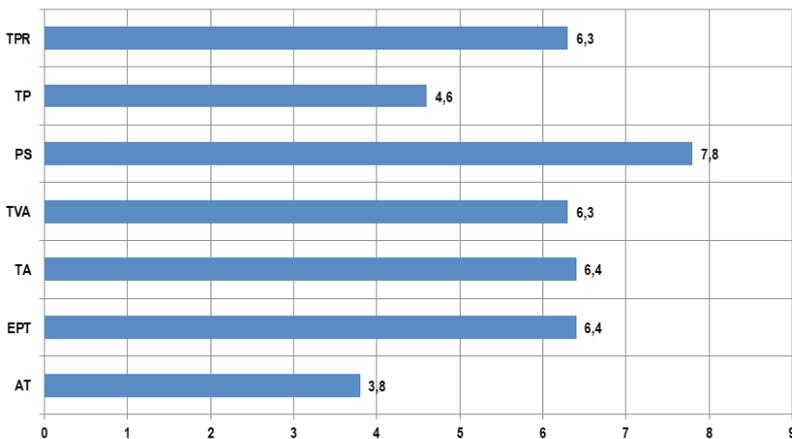
Fuente: elaboración propia en base a Google Scholar. Consultado en octubre de 2018<sup>(2)</sup>.

Asimismo, y si a lo dicho se le agregan los datos provenientes de las bases de datos de Redalyc<sup>(3)</sup>, “Estudios y Perspectivas en Turismo” cuenta para noviembre de 2018 con un total de 571 artículos, siendo que más de 7 de cada 10 de dichos trabajos se han realizado en coautoría, con un total de 23 países representados en la misma. De esta manera se posiciona como una de las revistas especializadas con mayor nivel de internacionalización ubicada en el G1 y, por lo tanto, con menor nivel de endogeneidad que el resto. Por otro lado, si se toma, el índice de esfuerzo editorial que expresa el promedio de trabajos que genera la revista, tomando como base el promedio de la disciplina a que se adscribe, se arriba a un 1,75. Puesto en otros términos, genera en promedio, un 75% más de artículos que la media. Por su parte, El Periplo Sustentable, ha publicado casi 5 veces menos artículos y ha sido descargada la mitad de veces que la revista argentina, pero con un promedio de coautoría similar. A diferencia del anterior, su nivel de internacionalización lo ubica en el G3, es decir con un mayor nivel de endogeneidad, siendo que para noviembre de 2018, los autores solo representan a un total de 9 países. Si a lo anterior se lo expresa en términos del índice de esfuerzo editorial, su ponderación arriba a 0,38. Es decir, tiene un volumen de producción que está por más de un 60% por debajo de la media.

(2) A los efectos de conformar el gráfico, se creó como escala una medida a partir de índice h5 = 10. Por lo tanto, para el caso de Tourism Management, con índice h5= 85 el tamaño del círculo será de 8,5.  
(3) Redalyc (2018). Extraído el 26/11/2018 de <http://www.redalyc.org>.

Finalmente, y a los efectos de complementar lo anterior, se procedió a incluir la ponderación de la “Matriz de Información para el Análisis de Revistas” (MIAR) que lleva adelante la *Universitat de Barcelona* en la que establece una correspondencia entre las revistas, identificadas por su ISSN y las bases de datos y repertorios que las indizan o incluyen. A tal efecto elabora el ICDS (Índice Compuesto de Difusión Secundaria) que constituye un indicador que permite aproximar a la visibilidad de la revista en diferentes bases de datos científicas de alcance internacional, o en su defecto en repertorios de evaluación de publicaciones periódicas. De ahí que, un ICDS elevado, significa que la revista está presente en diferentes fuentes de información de relevancia internacional. Cabe destacar, no obstante, que solo 7 de las 13 revistas cuentan con dicha ponderación siendo sus resultados los siguientes:

Figura 9. Índice Compuesto de Difusión Secundaria (MIAR).



Fuente: elaboración propia

De lo antes expuesto se puede vislumbrar que el ICDS para el año 2017 está en línea con el nivel de indización que tienen las revistas y sus respectivos niveles de citación que se mencionaron previamente. No obstante, para este caso en particular, sobresale como la revista más interesada en dar visibilidad en diferentes bases de datos a *Periplo Sustentable*, liderando con una puntuación cercana a los 8 puntos, siguiéndole un grupo de cuatro revistas que se posicionan en la línea de los 6.

## CONCLUSIONES

En un marco de crecimiento pero a la vez de marcadas desigualdades en el sistema científico, el presente escrito intentó generar una contribución a

partir de un doble alcance. Por un lado, problematizar en torno a una serie de postulados generales que frecuentan los estudios de segundo orden del turismo. Y, por otro, abordar un área de vacancia de la literatura relacionada a la caracterización de las revistas especializadas dentro de América Latina. Se consideró que dicha información no solo adquiere una importancia académica-analítica, sino que a la vez práctica e instrumental para el investigador, en su carácter individual, o a modo colectivo en tanto insumo para el desarrollo y la mejora de políticas científicas.

En tal sentido, y si hay algo que se intentó de manifiesto, es que en la literatura científica del turismo coexisten un buen número de afirmaciones que, sin necesariamente pecar de erróneas o falaces, incurren en importantes omisiones. En efecto, se planteó como denominador común para cada uno de los enunciados conviven escenarios variables, contrastantes y hasta duales en lo que respecta al desarrollo científico. Desde este marco, entonces, resulta oportuno y necesario incluir algunos postulados que abundan dentro del campo académico del turismo, bajo un marco de *"sociologías de las ausencias"* (de Sousa Santos, 2006).

En virtud de lo anterior, se podría sostener que campo investigativo no solo es fragmentado, ecléctico (Benckendorff y Zehrer, 2013), heterogéneo (Ren et al 2009), diverso, poco teorizado (Lai, Li y Scott, 2015) o *"indisciplinado"* (Tribe, 1997, p.653) sino que también es altamente desigual. Desigualdad que no solo se expresa en el volumen de producción científica y su relación con su distribución geográfica sino también en lo que concierne a los idiomas predominantes -hegemonía anglófona-, en la asimetría en la ofertas de posgrados, en la predominancia de ciertos enfoques empírico-instrumentales así como también de ciertas líneas temáticas en particular. Pero si hay un punto en el que se insistió es que no se trata solamente de considerar la desigualdad en su naturaleza cuantitativa, sino también en otros aspectos que hacen a las dinámicas y prácticas de reconocimiento y legitimación insertas en las comunidades científicas. Entre ellas, cabe destacar, por ejemplo las formas de medir, categorizar, reconocer y divulgar la producción científica y los desafíos que enfrentan las revistas.

Para ello, la segunda parte del trabajo versó sobre las características en las que se desenvuelven las revistas especializadas en América Latina. Específicamente, se decidió abordar aquellas que exclusivamente tienen como foco principal al turismo y a partir de un orden que fue de lo general a lo particular, se planteó que existen en la actualidad una treintena de revistas directa y explícitamente relacionadas a este campo cuyo periodo de expansión se marcó con el comenzar del siglo XXI. El punto a destacar es que no todas representan lo mismo, sino que si se las analiza a partir de ciertos debates contemporáneos, existen diferentes contrastes que resultan precisos poner en valor. Cabe destacar que aquí se analizó la periodicidad, sus políticas de acceso abierto, la apertura idiomática, sus niveles de internacionalización, los servicios editoriales, entre otros.

Finalmente, y en función de una muestra no probabilística de las 13 revistas más históricas del campo, se concluyó que las desigualdades no son exclusivas del escenario internacional, sino que también se territorializan a nivel regional. Para ello, y en función de la ponderación de las mismas a partir de su factor de impacto y otros índices, se procedió a compararlas en función de sus indexaciones, citaciones, niveles de endogeneidad y posicionamiento. En función de lo anterior, quienes han tomado el liderazgo en América Latina son *"Estudios y Perspectivas en Turismo"* (Argentina), *"El Periplo Susentable"* (México) y *"Turismo em Análise"* (Brasil). Si bien no son las únicas, han registrado una política editorial activa en diferentes rubros, aunque con marcados contrastes en relación a las revistas más consultadas de Europa y el mundo. Por su parte, cabría señalar también el liderazgo que le ha impuesto Brasil a la producción y difusión de sus producciones posicionándose como referente en el tema en términos cuantitativos. No obstante, sus revistas aún poseen una serie de dificultades que resultan prioritarias abordar.

El debate no termina aquí sino que por el contrario se perpetúan viejas preguntas junto a nuevos interrogantes. La consolidación del campo, y la madurez del mismo, sigue siendo un asunto epistemológico, pero también, claro está, político.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alfonso González, D. (2010). El turismo en la sociología contemporánea, una aproximación. *Anuario Turismo y Sociedad*, XI, noviembre, 119-142.

Ascanio, A. (2010). El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?. *PA-SOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4), 633-641.

Benckendorff, P. y Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 43, 121-149.

Bertoncello, R. (2010). Investigación en turismo: logros y desafíos desde una perspectiva latinoamericana. *Aportes y transferencias*, 14(1), 11-22.

Castillo Nechar, M. (2006). Orientaciones en la construcción del conocimiento turístico: acerca de su epistemología. *IV Seminário de pesquisa em turismo do Mercosul, Caxias do Sul/ RS*, 1-15.

- De Sousa Santos, B. (2006). *Conocer desde el Sur: Para una cultura política emancipatoria*. Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Sociales, UNMSM.
- Korstanje, M. (2014). Problemas y obstáculos en la Investigación científica del Turismo. *III Seminario de Distribución del Conocimiento en Turismo*, La Plata, 1-20.
- Korstanje, M. (2015). Discussing the methodological inconsistencies of tourism research. *Centre for Ethnicity & Racism Studies*, 1-36.
- Köseoglu, M. A., Sehitoglu, Y., & Craft, J. (2015). Academic foundations of hospitality management research with an emerging country focus: A citation and co-citation analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 45, 130-144.
- Lai, K., Li, J. & Scott, N. (2015). Tourism problemology: reflexivity of knowledge making. *Annals of Tourism Research*, 51, 17-33.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y sociedad*, 42(1), 39-56
- Martini Moesch, M. (2013). El origen del conocimiento. El lugar de la experiencia y de la razón en la génesis del conocimiento del turismo. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 22(5), 985-1001.
- Monterrubio, J. C. (2012). Questioning the maturity of tourism research: a Mexican perspective. *Revista de Management de la Universidad de Palermo*, 6, 73-82.
- Niding, M., Andueza, J., Farías, D., Alonso M.A y Zamudio, A. (2010). El turismo como campo de investigación: Posiciones y miradas. *CONDET Realidad, tendencias y desafíos en turismo*, 8, 29-48.
- Osorio García, M. (2016). Revista estudios y perspectivas en turismo: Calidad científica y editorial, temáticas e indicadores bibliométricos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 539-557.

- Pearce, D. G. (2014). The internationalization of tourism research. *Journal of Travel*
- Picazo Peral, P. y Moreno Gil, S. (2012a). Difusión de la investigación científica de Turismo en Chile y Argentina. *Gestión Turística*, 2(18), 9-45.
- Picazo Peral, P. y Moreno Gil, S. (2012b). Difusión de la investigación científica en revistas de turismo realizada por instituciones españolas. *Revista de Análisis Turístico*, 14, 33-52.
- Picazo Peral, P. y Moreno Gil, S. (2012c). Difusión de la investigación científica de turismo en Brasil. *Cultur: Revista de Cultura e Turismo*, 6(4), 4-36.
- Picazo Peral, P. y Moreno Gil, S. (2013). Difusión de la investigación científica en turismo. El caso de México. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 24, 7-40.
- Ren, C.; Pritchard, A. y Morgan, N. (2009) Constructing tourism research. A Critical Inquiry. *Annals of Tourism Research*, 37(4), 885-904.
- Sheldon, P. J. (1991). An authorship analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 473-484.
- Svensson, G., Svaeri, S., & Einarsen, K. (2009). 'Empirical characteristics' of scholarly journals in hospitality and tourism research: An assessment. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 479-483.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism. *Annals of tourism research*, 24(3), 638-657.
- Troncoso, C. A. (2016). La actualidad de los estudios sobre el turismo. Temas, perspectivas y contribuciones desde las ciencias sociales. *Ítems del CIEP*, (1): "Miradas interdisciplinarias", Tandil: UNCPBA, 63-79



## EMOTIVIDAD POSITIVA, EL BENEFICIO ESPERADO DE HACER TURISMO

José Luis López Ibáñez\*  
Aldo Daniel Maciel\*\*

Universidad Nacional de Avellaneda  
Avellaneda. Provincia de Buenos Aires.

Universidad Nacional de Misiones  
Posadas. Misiones.

### CONTACTO

\*  [0000-0003-1604-0608](https://orcid.org/0000-0003-1604-0608)  
 [lopezitur@gmail.com](mailto:lopezitur@gmail.com)

\*\*  [0000-0001-9135-8144](https://orcid.org/0000-0001-9135-8144)  
 [aldomaciel4@gmail.com](mailto:aldomaciel4@gmail.com)

### Cita recomendada (APA 6ta ed.)

López Ibáñez, J.L. y Maciel, A.D. (2019).  
**Emotividad positiva, el beneficio esperado de hacer turismo.**  
*Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 27-44.

Recibido: 17/10/2019

Aceptado: 27/10/2019

### RESUMEN

En la práctica turística está implícita la búsqueda de emotividad positiva, hay en ella una expectativa de felicidad, anticipa un estado de bienestar físico, mental que se manifiesta de manera previa a la realización del viaje. La sola idea del viaje y el pensamiento que lo anticipa es capaz de producir una corriente de emociones positivas y las sensaciones que la acompañan.

Presentar una síntesis de hallazgos en el estudio de la felicidad para aplicarlos a la práctica turística es el objetivo de este trabajo. La estrategia para alcanzarlo supone atender a dos aspectos; identificar qué factores contribuyen a definirla, y cuáles son las formas que asume.

La metodología se sustenta en la revisión bibliográfica que aportan los estudios de la Psicología Positiva acerca de la felicidad. La elección de los autores supone el desafío de identificar aportes claves: se integra por referentes en el estudio de la felicidad, Mihaly Csikszentmihalyi (2016), Martin Seligman (2012), Sonja Lyubomirski (2008), Daniel Kahneman (2012), Daniel Gilbert (2017) y Daniel Goleman (2019).

Entre las principales conclusiones podemos señalar que se espera que esta investigación a pesar del carácter exploratorio, contribuya a mejorar la comprensión de las emociones como un componente central de la experiencia humana, y como beneficio esperado de la práctica turística. Los resultados que se alcanzan, aunque preliminares, sirvan para integrar un marco teórico de la disciplina y para incorporarla al diseño de productos que puedan agregar valor emocional a la visita.

El valor de esta investigación reside en la potencialidad que supone incorporar a la felicidad como el beneficio esperado de la motivación turística. La pers-

pectiva que ofrece el trabajo es novedosa, propone el diálogo necesario, impostergable entre la psicología positiva y el turismo que hace de esas emociones su beneficio.

**PALABRAS CLAVE**

emociones - felicidad - turismo

## POSITIVE EMOTIVITY, THE EXPECTED BENEFIT OF TOURISM.

José Luis López Ibáñez\*

Aldo Daniel Maciel\*\*

Avellaneda National University.  
Avellaneda. Buenos Aires province.

Misiones National University.  
Posadas. Misiones.

### CONTACT

\*  [0000-0003-1604-0608](https://orcid.org/0000-0003-1604-0608)  
 [lopezitur@gmail.com](mailto:lopezitur@gmail.com)

\*\*  [0000-0001-9135-8144](https://orcid.org/0000-0001-9135-8144)  
 [aldomaciel4@gmail.com](mailto:aldomaciel4@gmail.com)

### Recommended citation style (APA 6ta ed.)

López Ibáñez, J.L. y Maciel, A.D. (2019).  
**Emotividad positiva, el beneficio esperado de hacer turismo.**  
*Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 27-44.

Received: 17/10/2019

Accepted: 27/10/2019

### ABSTRACT

In the tourist practice, the search for positive emotionality is implicit, there is an expectation of happiness, and it anticipates a state of physical, mental well-being that manifests itself prior to the trip. The single idea of the trip and the thought that anticipates it is capable of producing a current of positive emotions and the sensations that accompany it. Present a synthesis of findings in the study of happiness to apply them to tourism practice. It is the objective of this work. The strategy to achieve this involves attending to two aspects; Identify what factors contribute to defining it and what are the forms it assumes.

The methodology it's based on the literature review provided by the studies of Positive Psychology about happiness. The choice of authors is the challenge of identifying key contributions. The list of authors it's integrated by referents in the study of happiness, Mihaly Csikszentmihalyi (2016), Martin Seligman (2012), Sonja Lyubomirski (2008), Daniel Kahneman (2012), Daniel Gilbert (2017) and Daniel Goleman (2019).

Among the main conclusions, we can point out that this research, despite the exploratory nature, is expected to contribute to improving the understanding of emotions as a central component of the human experience, and as an expected benefit of tourism practice. The results achieved, although preliminary, serve to integrate a theoretical framework of the discipline and to incorporate it into the design of products that can add emotional value to the visit.

The value of this research lies in the potential of incorporating happiness as the expected benefit of tourism motivation. The perspective offered by the work is novel. Propose the necessary, urgent dialogue between positive psychology and tourism that makes these emotions your benefit.

**KEYWORDS**

emotions - happiness - tourism

## INTRODUCCIÓN

De acuerdo a datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo (visitantes que pernoctan) superaron los 1.400 millones en 2018. Vale destacar aquí que no hay estadísticas serias que nos indiquen el volumen global de los turistas nacionales, es decir los nacionales que viajan dentro del propio país, pero si podemos concluir que es un movimiento enorme el que generan las personas que se desplazan anualmente de manera voluntaria alrededor del mundo con un propósito no económico, una migración que recorre el planeta. Podemos conjeturar que la búsqueda de momentos felices, de emociones, y de recuerdos están entre los beneficios esperados del turismo que es la expresión que asume ese movimiento. Cada vez más se configura esta práctica como una herramienta eficaz para producirlos, para generar bienestar (físico y mental) da lugar a una de las actividades económicas más vigorosas del mundo.

Según la OMT el turismo genera el 10% de los empleos mundiales y del Producto Bruto Interno (PBI) mundial, con 1,4 billones de dólares de exportaciones, lo que representa el 7% del total de las exportaciones mundiales, pero a su vez eso es el 39% de las exportaciones de servicios. De esta manera resulta claro que la actividad turística colabora al desarrollo económico y a la creación de empleo genuino. Dentro de la actividad existe el convencimiento que el turismo, además, es una eficiente herramienta para la paz y seguridad mundial y se debe convertir en una herramienta fundamental para la protección del medioambiente y la conservación cultural.

La búsqueda de la felicidad es un valor perseguido hoy por la mayoría de las personas. El turismo, como resulta evidente, está totalmente permeado por esta idea, por esta búsqueda; la felicidad es algo que el turista quiere obtener en cada acto turístico como una suerte de reafirmación de la plenitud y se renueva en cada viaje.

## MARCO TEÓRICO

### Emotividad positiva

Una teoría del turismo necesita incluir la emotividad positiva y sus manifestaciones como objeto de análisis, ya que sin ella está incompleta. La búsqueda de "momentos felices" es constituyente de la práctica turística, es aquello que se demanda y se busca como beneficio. Puede asumir múltiples formas: felicidad, placer, gratificaciones, fluir, alcanzar diferentes intensidades en una escala, requerir distintos niveles de involucramiento personal para alcanzarlas. De modo que identificar y precisar cada una de ellas es importante porque

ya sea por separado o en conjunto estas manifestaciones son beneficios esperados del turismo, sus principales motivadores, y a la vez, indicadores importantes de la calidad de vida.

A pesar de que la preocupación acerca de cómo conseguirla y la búsqueda por identificar las causas que la producen lleva con nosotros muchos siglos, es notorio que no se hayan logrado aún avances significativos como en otras áreas del conocimiento, siendo éste un tema tan sensible a la especie humana.

Las emociones negativas son ampliamente estudiadas (miedo, ira y tristeza) se sabe que cumplen una función evolutiva clave en la supervivencia de la especie (activa mecanismos de defensa o huida). Sin embargo, no existe aún una idea aceptada sobre el motivo por el que sentimos emociones positivas. Una hipótesis plausible es que "las emociones positivas tienen un objetivo fabuloso en la evolución. Amplían nuestros recursos intelectuales, físicos y sociales y los hacen más perdurables..." (Seligman, 2012, p. 64); favorecen la cooperación, las relaciones interpersonales y son eficaces comunicadoras de estados de ánimo.

Presentar una síntesis de hallazgos en el estudio de la emotividad positiva para aplicarlos a la práctica turística supone atender a dos aspectos; identificar qué factores contribuyen a definirla, y cuáles son las formas que asume.

"Hace veintitrés siglos Aristóteles llegó a la conclusión de que lo que buscan los hombres y las mujeres, más que cualquier otra cosa, es la felicidad. Mientras que deseamos la felicidad por sí misma, cualquier otra meta (salud, belleza, dinero o poder) la valoramos únicamente porque esperamos que nos haga felices" (Czikszentmihaly, 2016, p.12). El turismo integra esa lista porque comparte la misma valoración: la eficacia instrumental para producirla.

Bienestar experimentado, bienestar esperado, experiencia óptima, son algunas de las expresiones que se utilizan como sinónimo de felicidad en las investigaciones. Entre otras acepciones, felicidad es un; "estado de grata satisfacción espiritual y física" (Real Academia Española, 2019).

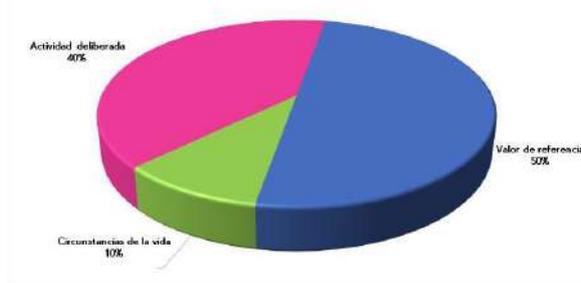
Otro modo de definir el concepto es "la experiencia de alegría, satisfacción o bienestar, combinada con la sensación de que nuestra vida es buena, tiene sentido y vale la pena" (Lyubomirski, 2008, p. 48). Es un estado que combina la sensación de bienestar físico con el bienestar mental. La felicidad no es algo que se adquiere sino más bien un logro, la conciencia de un estado mental y físico óptimo, por lo tanto, una construcción única, personal y subjetiva.

En esta definición subyace la exigencia de una participación activa, deliberada y consiente del sujeto. "...Es algo que hacemos que suceda" (Czikszent-

mihaly, 2016, p.15) y que tiene manifestaciones concretas como por ejemplo la pérdida de la conciencia del tiempo en un estado al que denomina Fluir (flow).

Sonja Lyubomirsky (2008) identifica tres factores que determinan la felicidad subjetiva; “el valor de referencia, circunstancias de la vida y la actividad deliberada” y los expresa en valores relativos ordenados según la contribución; 50% de componente genético, 10% depende de las circunstancias de la vida y el 40% restante se debe a las actividades deliberadamente elegidas (Ver Figura1)

**Figura 1.** Factores determinantes de la felicidad subjetiva



Fuente: Lyubomirsky, S (2008). La ciencia de la felicidad.

Es interesante la revelación del “valor de referencia” o la identificación del componente genético como un factor importante en la felicidad, “es que como ocurre con los genes para la inteligencia o el colesterol, la magnitud del valor de referencia con el que nacemos.... determina en gran medida lo felices que vamos a ser a lo largo de nuestra vida” (Lyubomirsky, 2008, p. 37). Por definición es muy reducido el control que tenemos sobre ese factor ya que a pesar de los esfuerzos por modificarlo, en el largo plazo se tiende a retornar al valor de referencia. Ese valor del 50 % se interpreta del siguiente modo; la mitad de las diferencias en los niveles de felicidad entre las personas, se explica por el componente genético.

El otro factor está representado por las “circunstancias de la vida”, (salud, riqueza, bienes, belleza y cualquier otro elemento externo), los estudios realizados por Seligman (2012) Gilbert (2017) y Khaneman (2012) son concurrentes en cuanto a que con frecuencia asignamos a este factor más relevancia de la que en verdad tiene y que sólo el 10% de las diferencia de bienestar percibido entre las personas se explica por estas condiciones.

Esto acarrea consecuencias cotidianas que se manifiestan en nuestros comportamientos de consumo, Taleb (2013) presenta a ese 10% como un factor clave que produce errores en la predicción acerca de la felicidad; “estamos a punto de comprarnos un coche nuevo. Será algo que nos cambiará la vida, nos situará en un status superior, y hará que el viaje al trabajo sea una fiesta ...sin embargo, olvidamos que la última vez que compramos un coche también teníamos las mismas expectativas. No prevemos que el efecto del

coche nuevo acabara por menguar y regresaremos a la situación inicial, como hicimos la última vez". (p. 276)

Esto no significa que una modificación en las circunstancias de la vida, un mejor ingreso, un buen estado de salud, por ejemplo, pasen desapercibidas, sino que su efecto a largo plazo es más reducido del que se supone en la determinación de la felicidad, ya que el efecto "habitación" tiende a disminuir gradualmente el valor de las cosas hasta volver a la situación inicial previa a la modificación de la circunstancias.

El restante 40% representa la actividad voluntaria y deliberada, este condicionante no depende de factores externos respecto de los que tenemos escaso control sino del comportamiento y las elecciones personales. Un problema práctico consiste en optimizar ese 40% de modo que proporcione una corriente sustentable de emotividad positiva.

El componente genético, las circunstancias de la vida y las elecciones personales sugeridas por Lyubomirsky (2008) no contemplan la intervención del Estado que es también un actor clave en la percepción del bienestar.

El bienestar general es una aspiración personal de los sujetos pero también una responsabilidad del Estado, esta idea se recoge en el preámbulo de la Constitución Nacional, que tiene entre los objetivos de la Nación: "promover el bienestar general".

Esta capacidad de los Estados es lo que recoge el Informe Mundial de la Felicidad que realiza la Organización de las Naciones Unidas (ONU): una medición que involucra a la emotividad positiva como un predictor de conductas políticas, económicas y de consumo. El Informe de Confianza del Consumidor indaga sobre el optimismo acerca del estado futuro de la economía en general y de la percepción de la situación financiera personal futura y es un predictor confiable de la pensión a consumir.

Aumentar el número de momentos felices, aunque sean ellos de baja intensidad, o de corta duración, es una aspiración general y también una estrategia: "premiarse" con lujos accesibles que aporten emotividad sin poner en riesgo las finanzas personales es una respuesta accesible ante el estrés y la ansiedad. La gastronomía, los conciertos, los viajes, aportan placer rápido e intenso y son actividades frecuentes, decisiones instrumentales que buscan emotividad positiva como propósito último.

Lejos de las miradas más tradicionales ligadas al hedonismo las actividades deliberadas, en particular el turismo, enriquecen la experiencia vital y son eficaces proveedoras de bienestar.

## Formas de emotividad positiva

Se propone analizar las manifestaciones de emotividad positiva como elementos discretos para favorecer la conceptualización, sin embargo en la vida cotidiana al igual que en la experiencia turística estas formas se integran, se combinan, se complementan, y de ellas depende en buena parte la calidad de vida, pues la felicidad es un descriptor útil para evaluar como las personas experimentan sus vidas.

Identificar las formas de emotividad positiva es útil para incorporarlas en primer lugar a la teoría del turismo y también al diseño de productos que permitan aumentar el valor percibido de la experiencia turística. Si bien la lista que se presenta a continuación no las agota, se detiene en algunas de las más relevantes.

### Placer

Es una de las formas más fuertemente asociada a la emotividad positiva y se la utiliza como sinónimo de felicidad. La biología asigna al placer una función evolutiva; "es una respuesta refleja que se halla en nuestros genes para asegurar la conservación de la especie, no con el propósito de nuestro disfrute propio y personal... La satisfacción que aporta proviene de dar respuesta a los programas biológicos y a los condicionamientos sociales" (Csikszentmihalyi, 2016, p. 36), tal es así que nuestro cerebro produce un neurotransmisor, la dopamina que entre otras funciones tiene un papel importante en la sensación de placer.

El placer se puede definir como "un sentimiento de satisfacción que uno logra cuando la información en la conciencia nos dice que hemos conseguido cumplir con las expectativas controladas por los programas biológicos o por el condicionamiento social" (Csikszentmihalyi, 2016, p. 77): aparece cuando se satisfacen las necesidades fisiológicas: alimentación y descanso.

Los placeres son física y mentalmente intensos pero de corta duración, "implican muy poco, o nulo pensamiento" (Seligman, 2012, p. 159) cuando la actividad que la genera concluye, se acaba el placer y para volver a repetir la sensación es preciso activar el estímulo que lo produjo. Surge de la estimulación sensorial: allí es donde aparece su potencial para el turismo que lo presenta como una receta rápida y externa para producir felicidad que en todo caso será efímera por definición.

Es una de las formas más poderosas y duraderas de emotividad positiva, a diferencia del placer comprende "aquellas actividades que nos gusta mucho realizar, pero que no van necesariamente acompañadas de una sensación

cruda. Las gratificaciones nos involucran por completo; quedamos inmersos y absortos en ellas y perdemos la conciencia propia” (Seligman, 2012, p.159)

Un artículo periodístico de Roxana Badaloni describe con mucha precisión el efecto que produce la gratificación;

*“El 22 de octubre consiguieron hacer cumbre. Después de una semana de caminata por la selva de Tanzania, con algunas complicaciones por el viento y el frío extremo, 20 de las 23 mujeres alcanzaron la cima del Kilimanjaro. Fue angustiante la espera para los hijos, maridos, amigos y demás familiares que desde Argentina esperaban el posteo, que por fin llegó: “¡Cumplimos nuestro sueño de conquistar el Kilimanjaro! La alegría nos desborda y poner los pies en el techo de África fue emocionante, lloramos y nos abrazamos”.*(Badaloni, 2018, s/r)

La gratificación supone cumplir alguna meta prefijada y disponer la destreza necesaria para alcanzarla, tiene una duración mayor que los placeres y esa sensación se conserva en la memoria largamente. Las actividades que implican pensamiento, destreza, esfuerzo son fuentes de gratificaciones, aun cuando en el transcurso de esas experiencias la emotividad positiva disminuya considerablemente, lo que se evalúa como gratificante es la sensación del individuo al final de la experiencia.

Las aventuras, los desafíos que ponen a prueba las capacidades físicas y emocionales son parte importante de las actividades turísticas y atributos esperados para un segmento importante de la demanda.

Sin embargo, hay una acepción diferente que iguala gratificación a auto-premio entendido como un lujo accesible e inmediato: la gastronomía gourmet, un concierto, unas mini vacaciones una “escapada” producen ese efecto.

### **Fluir (flow)**

Las gratificaciones y el flujo comparten algunas características, la meta a alcanzar, la posesión de la habilidad requerida, la regulación de la actividad por reglas, la pérdida de la conciencia del tiempo, esta última es típica del estado de flujo.

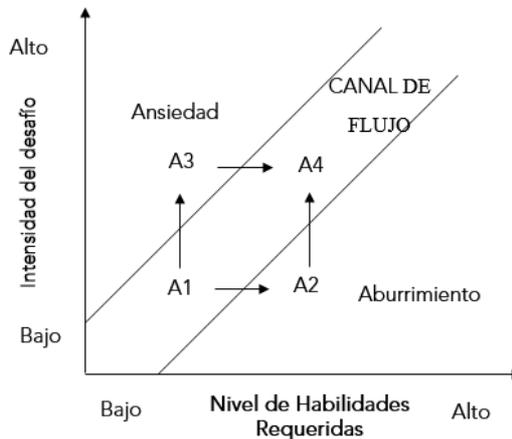
Csikszentmihalyi (2016) lo describe como un momento en que existe la “sensación de que las propias habilidades son adecuadas para enfrentarse con los desafíos que se nos presentan, una actividad dirigidas a unas metas y reguladas por normas que, nos ofrece unas pistas claras para saber si lo estamos haciendo bien... La conciencia de sí mismo desaparece y, el sentido

del tiempo se distorsiona” (p.115): tal estado es el que describen por ejemplo, los observadores de aves, los que participan de deportes y juegos, quienes realizan o presencian eventos ligados al arte.

Si se considera el valor que representan las actividades en la definición del bienestar en general y de las actividades turísticas en particular, es importante detenerse en el concepto de flujo para incorporarlo al diseño de productos.

En ese estado, el entorno físico parece desvanecerse y el tiempo pierde sustancia. Tiene dos componentes principales, el desafío que propone la actividad a quien la realiza, la habilidad y la pericia que dispone el participante. El estado de flujo se alcanza a partir de la combinación entre la inmersión que propone la actividad y la capacidad para hacerla.

Figura 2. Estado de flujo.



Fuente: Csikszentmihalyi (2016) p.74.

La posición A1 de la figura representa una persona que comienza a desarrollar alguna actividad específica, en esa posición sus capacidades aunque limitadas son adecuadas para el nivel de desafío que enfrenta, y esa situación lo lleva a estar en estado de flujo. En ese estado el entorno físico parece desvanecerse el tiempo pierde sustancia: ejemplo la contemplación de un paisaje.

No obstante es difícil sostener ese estado a través del tiempo, ya que si sus habilidades mejoran pronto aparecerá el aburrimiento (A2) propio de la falta de motivación o bien si se eleva el nivel de desafío conservando la habilidad inicial aparece la ansiedad (A3): aburrimiento y ansiedad no aportan emotividad positiva por lo que es preciso retornar al estado de flujo (A4)

Si bien las posiciones A1 y A4 se ubican en el canal de flujo y general estados similares ambos tienen diferentes grados de complejidad y la gratificación que aportan también gana en intensidad.

### **Saboreo (savoring)**

Saborear o disfrutar es la conciencia del placer y la atención consiente y deliberada ante la presencia de este (Seligman, 2012, p.165-166). Es así como Seligman (2012) señala que la felicidad se fundamenta en gran medida en la atención plena y el savoring, describiendo el saborear como la conciencia del placer tal como ocurre y la atención consciente a la experiencia derivada de ese placer. Este bienestar presente y el reconocimiento de ese estado es uno de los motivadores clave y beneficio esperado del turismo.

Estas experiencias, profundamente guardadas, pueden recordarse para evocar las emociones y los sentimientos que experimentamos con anterioridad. Nuestra mente recupera así los estímulos que lo causaron, las vistas, los sonidos, los sabores, los olores y los sentimientos, pero es capaz de revivir también las situaciones contextuales donde se produjo ese estado, las respuestas físicas que produjo, los efectos emocionales (sorpresa, alegría o tristeza), la situación contextual (dónde, con quién y cuándo) y la marca (empresa o destino) de ese objeto causativo.

### **Una aproximación a porqué viajamos para “ser felices”**

Las emociones, la felicidad son componentes claves de nuestra experiencia, determinantes de la calidad de vida, sin embargo es poco lo que desde la disciplina del turismo, se sabe acerca de ellas y ciertamente es un aspecto a corregir.

En la modernidad líquida, Bauman (2005) plantea la necesidad de hacerse de una identidad flexible, versátil, maleable, que haga frente a las diferentes mutaciones que el sujeto enfrenta en su vida. La felicidad es entonces un deseo anclado en el plano individual. Ello obliga a nuevas formas de ver la realidad y a vincularse con el otro: la liquidez es lo efímero es la forma de vincularme con el otro y quizás también con “lo otro”.

Evidentemente ello nos lleva a la necesaria necesidad de aprender a vivir en entornos líquidos, frágiles y perennes: las vacaciones son tiempos donde esta liquidez también se potencia y se juega de manera explícita. Las formas de vivir la libertad, la vestimenta, muchas veces costumbres y comportamientos diferentes a los habituales en los destinos turísticos que pueden estar sintetizados en la frase “lo que pasa en Las Vegas, queda en Las Vegas”, muestra que hay una práctica turística vinculada a no mirar atrás, a no sostener

la imagen habitual y poder jugar con otra, la de un personaje ad-hoc, en otro lugar sin pasado, son muestras claras de liquidez en la práctica turística.

El turismo como se conoce hoy es claramente una construcción. Juan José Sebrelli (1970) en "Mar del Plata, el ocio represivo" plantea *"la definición dada por Huizinga en Homo ludens del juego y de la fiesta puede aplicarse del mismo modo a las vacaciones: es una acción libre, al margen de la vida cotidiana, desprovista de todo interés material y de toda utilidad, y acontece en un tiempo y un espacio expresamente determinados. La sociedad de vacaciones viven en el Gran Tiempo y en el Gran espacio, al margen de la historia y de la cotidianeidad"* (1970: s/r)

Uno de las más claras y difundidas ideas que el turismo va a permitirnos obtener es el de la búsqueda de la felicidad. El turismo, en todas sus variantes, está totalmente permeado por este ideario. Nadie se motiva a viajar para pasarla mal o para sufrir. La felicidad es algo que el turista quiere ver presente en todo acto turístico y una simple observación de la comunicación turística, especialmente la publicitaria, nos permite ver que en el acto turístico, existe una reafirmación de la plenitud. El turista con sus acciones busca la persecución de un "ideal utópico" del viaje y del destino, que, como toda utopía, no existe ni como modo de vida, ni como lugar o espacio geográfico preciso, ni como experiencia turística: quizás esto sea lo que lleve al turista a seguir persiguiendo la búsqueda de la felicidad en cada viaje.

La búsqueda de la felicidad explica casi todos los comportamientos de los turistas. Como ejemplo podemos marcar el gasto, ya que el turista tiende a gastar en viaje más que en su lugar de residencia habitual, la exigencia de calidad de la experiencia que quiere obtener el máximo rédito a su viaje, maximizar el tiempo, los recursos y las emociones, logrando ver y hacer todo lo que figura en las guías, rankings y todo esto retratarlo con fotos y mostrarlas. Parte de la felicidad es evidentemente mostrar ante sus pares una sensación de total éxito vacacional. Es más, lo que podría ser considerado como una señal de fracaso, quizás parcial, como podría ser un servicio que no responde a sus expectativas, es mostrado como un logro de descubrir de lo que no se debe usar cuando se visita ese destino.

Merece destacarse que esta búsqueda de la felicidad mediante hacer turismo es tan importante para la sociedad contemporánea que ante el estallido de una crisis, la tendencia es a seguir viajando. Puede ser que más cerca, por menos días, pero en general, y las cifras internacionales así lo demuestran, hacer turismo es considerado por una parte importante de la población como un necesario corte ante la monotonía de la vida cotidiana, un cambio de aire, un necesario estímulo frente a la apabullante y poco atractiva cotidianeidad.

Es que viajar brinda al turista un ámbito de libertad, lo acerca a lo natural, a lo lejano, a lo exótico, a lo desconocido. Viajar da la posibilidad de ser protagonistas de una obra que el turista ha imaginado muchas veces, pero en la que se sorprende, gratamente, que muchos elementos no sean como en el guion imaginado. Pero a su vez sabe por sus experiencias pasadas como turista, que no hay viaje sin sorpresas, sin miedo, sin un encuentro a lo desconocido, sin reto, sin escape y sin recompensa.

Al viajar el turista sale de su cotidianeidad, descubre y experimenta cosas nuevas, las cuales hacen que disfrute de la vida de forma distinta a como estaba habituado. Viajar modifica las ideas, las rompe, las expande, incluso lo enfrenta con sus prejuicios y lo confronta con algo nuevo, que, muchas veces, es él mismo.

Viajar es exponerse por propia voluntad a un cambio drástico de la costumbre y la cotidiana repetición de miles de detalles que hacen a la vida. El turista se levanta cada día en un sitio diferente, hace concesiones con la comida, las formas de transporte, los horarios, paisajes, edificios, otros olores y sensaciones y también a los tiempos del otro. Viajar permite, o quizás obligue, a conciliar “nuestra cultura” o “nuestra forma” de ver el mundo, con la “del otro”.

Es compartir experiencias con extraños: viajar es convertir a los extraños en amigos, hermanos y confidentes.

Viajar por lo tanto predispone al turista a ser feliz por variadas razones, pero entre ellas se destacan que lo hace estar aquí y ahora. Cuando el turista visita un lugar que ansiaba<sup>(1)</sup> visitar, sabe de antemano que no estará allí para siempre, que tiene que aprovechar los momentos maximizar sus recursos económicos el tiempo y las emociones, este criterio interviene a la hora de escoger entre las variadas alternativas que se le presentan. Ese detalle lo predispone a disfrutar mucho más que en su rutina diaria, cuando la vida transcurre sin estímulos nuevos.

Viajar es una oportunidad de estimular el cerebro: aprender las calles, hacer un mapa mental o comunicarse en otro idioma son algunas de las actividades que estimulan el cerebro a la hora de viajar, volviéndolo más plástico, creativo y con mayor capacidad de comprensión.

El turista es feliz cuando viaja porque está presente, porque quiere recordar, estar, sentir y vivir. Porque sabe que ese instante se desvanecerá y quedará

---

(1) Se destaca dos acepciones de la palabra ansia, a saber a) Estado de intranquilidad o inquietud muy intensas y b) Deseo intenso o vehemente de algo. “el ansia de saber ha sido estímulo esencial para los grandes aventureros” (<https://www.lexico.com/es/definicion/ansia>)

sólo en el recuerdo, en una foto y en su memoria.

El viaje le da la posibilidad de sentirse mortal y es entonces cuando, paradójicamente quizás, disfrutamos al máximo estar vivos: todo viaje tiene un final, como la vida misma y no queda más remedio que disfrutarlo.

Viajar permite crear historias propias, ser protagonista, y tener una invaluable lista de memorables experiencias: mucho mejor que solo acumular posesiones.

Se sabe que la rutina es nefasta para el cerebro, por el contrario, viajar y enfrentarse a nuevos lugares, sensaciones, olores, sonidos o sabores hace que se obligue al cerebro a usar todas las capacidades del mismo, manteniéndolo activo y sano.

Al viajar el sujeto se aleja de todo lo conocido y lo cotidiano, incluidos los problemas. Esta distancia sirve para que se sienta con la libertad de ser él mismo. Además, la adrenalina que genera el simple hecho de volar en un avión, manejar por la carretera y la emoción de ir a descubrir un lugar lo libera de ataduras y produce felicidad.

### **La experiencia turística**

La experiencia turística es una experiencia emocional de curiosidad, sorpresa y atención consiente. Cientos de años de práctica comercial enseñan que la experiencia turística está hecha de estímulos (de variada intensidad) que suceden en el tiempo y aquellos particularmente significativos son resultados de picos de estímulos que se guardan en la memoria.

La elección entre marcas, de acuerdo a Seligman (2012), es en parte el beneficio esperado en términos de emotividad positiva confianza, prestigio, placer, etc. Las empresas prestadoras de servicios turísticos entonces son las que posibilitan que el turista fabrique las experiencias que convertirá en recuerdos que se guardan en la memoria y un buen predictor son las emociones.

Desde esta perspectiva es evidente entonces que para la empresa turística la potencialidad es diferente, toda vez que incluir la emotividad positiva como beneficio, supone incluir en la etapa de diseño del producto elementos vinculados con el placer, las gratificaciones, el fluir, el saboreo, etc. que obtendrá el turista como resultado esperado de hacer turismo. Visto de esta manera, podría decirse que un producto turístico no es otra cosa que emotividad positiva dosificada.

## COMENTARIO FINAL

La emotividad positiva aparece conectada a una función evolutiva con funciones precisas como por ejemplo aumentar la capacidad de socializar y el turismo reúne a un conjunto amplio de opciones para lograrlo.

En el transcurso de la experiencia turística el turista es más permeable a la información que ingresa del exterior, se encuentra más abierto a la sorpresa y esto abre la puerta a emociones que lo acercan a la felicidad que parece ser la utilidad esperada de la experiencia.

El turismo se percibe entonces por el turista, como un insumo eficaz para enriquecer la experiencia vital de quien lo practica, alcanzar niveles elevados de emotividad positiva y esto, en parte puede dar una respuesta al crecimiento sostenido y a la globalización de su práctica. Vale aquí resaltar que no es solo sentir la emoción positiva lo que busca el turista, sino sus efectos positivos y permanentes.

Mejorar la calidad de la experiencia turística es un fin en sí mismo, válido para los turistas, los prestadores de servicios y los destinos que compiten por hacerse de una parte de la participación del negocio, pero también este propósito es concurrente para mejorar la calidad de vida de las personas: de ahí, quizás, su valorización positiva por la sociedad contemporánea.

La neurociencia en este campo puede aportar dos miradas que pueden caracterizar con mayor rigor a la práctica: desde la perspectiva del turista, la experiencia consiente que le permitirá valorar más la visita, y desde el punto de vista de la empresa, comprender mejor los procesos emocionales y diseñar experiencias y estímulos competentes para hacer más intensa la relación destino, empresa, turista.

Quizás debamos parafrasear a Nizan en Sebrelli (2013) cuando planteaba que *"La imperiosa necesidad de las vacaciones en las clases medias asalariadas y en la clase obrera de las sociedades industriales, responden a una auténtica necesidad de liberación, lo cual no quiere decir de ningún modo que esas vacaciones sean en realidad una auténtica liberación"*. (s/r).

Quizás el hacer turismo responde a una necesidad de felicidad, pero de ningún modo el hacer turismo es, en realidad, una forma de ser feliz.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bauman, Z (2005). Modernidad líquida. Traducción de Mirta Rosenbergen y Jaime Arrambide Squirru. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A.
- Csikszentmihalyi, M. (2016). "Fluir (Flow)". 16° edición. Buenos Aires, Argentina: Kairós.
- Gilbert, D (2017). "Tropezar con la felicidad". Buenos Aires, Argentina: Planeta.
- Goleman, D. (2019). "La inteligencia emocional" 3° Reimpresión. Bogotá, Colombia: Penguin Random House.
- Lyubomirski, S. (2008). "La ciencia de la felicidad". Barcelona, España: Urano.
- Kahneman, D. (2012). "Pensar rápido, pensar despacio". Buenos Aires, Argentina: Debate.
- Sebrelli, J.J. (1970). "Mar del Plata, el ocio represivo". Buenos Aires, Argentina: Tiempo Contemporáneo.
- Sebrelli, J.J (2013). "Mar del Plata – el ocio represivo". Recuperado el 13/11/2019 de <http://libertadconpalabras.blogspot.com/2013/11/mar-del-plata-el-ocio-represivo-juan.html>
- Seligman, M. (2012). "La auténtica felicidad". Buenos Aires, Argentina: Zeta.
- Taleb, N. (2013). El cisne negro. El impacto de lo altamente improbable. Buenos Aires, Argentina: Paidós.



## ARTICULACIONES ENTRE TURISMO Y PATRIMONIO. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: VOLUNTARIADO UNIVERSITARIO EN ESTACIÓN LÓPEZ, PARTIDO DE BENITO JUÁREZ.

Valeria Palavecino\*

Juan Manuel Padrón\*\*

Facultad de Ciencias Humanas  
Universidad Nacional de Centro de la  
Provincia de Buenos Aires.

### CONTACTO

\*  [0000-0001-8029-6830](https://orcid.org/0000-0001-8029-6830)

 [vpalavecino@fch.unicen.edu.ar](mailto:vpalavecino@fch.unicen.edu.ar)

\*\*  [0000-0002-7151-1700](https://orcid.org/0000-0002-7151-1700)

 [juanmanuelpadron@yahoo.com.ar](mailto:juanmanuelpadron@yahoo.com.ar)

### Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Palavecino, V. y Padón, J.M. (2019). Articulaciones entre turismo y patrimonio. Una aproximación desde la Extensión Universitaria: Voluntariado Universitario en Estación López, partido de Benito Juárez. *Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 45-54.

Recibido: 08/11/2019

Aceptado: 30/12/2019

### RESUMEN

Este artículo se propone mostrar el camino recorrido en relación con las prácticas de extensión/divulgaciones científicas que se desarrolla desde una línea de investigación en el Centro Interdisciplinario de Estudios Políticos, Sociales y Jurídicos (CIEP-FD-FCH/UNICEN). Dicha reflexión pretende ser un insumo que posibilite repensar la práctica extensionista y, al mismo tiempo, la potencie, convirtiéndose en una herramienta de autoevaluación del quehacer científico. Se toma como estudio de caso un proyecto de Voluntariado Universitario desarrollado durante 2017-2018 en "Estación López", localidad ubicada en el partido de Benito Juárez, Provincia de Buenos Aires. En el mismo, y a partir de metodologías de trabajo y análisis de la información como Bi-Común, Safaris Fotográficos y la Diagramación de Circuitos Turísticos, se presentan los resultados en torno a la revalorización del patrimonio en un pueblo bonaerense, y su impacto en la comunidad local y en el trabajo de investigación y divulgación científica.

### PALABRAS CLAVE

patrimonio - turismo - educación - prácticas - extensión

## JOINTS BETWEEN TOURISM AND HERITAGE. AN APPROACH FROM THE UNIVERSITY EXTENSION: UNIVERSITY VOLUNTEER IN ESTACIÓN LÓPEZ (BENITO JUÁREZ).

Valeria Palavecino\*

Juan Manuel Padrón\*\*

Faculty of Human Sciences  
National University of the Center of  
Buenos Aires Province.

### CONTACT

\*  [0000-0001-8029-6830](https://orcid.org/0000-0001-8029-6830)

 [vpalavecino@fch.unicen.edu.ar](mailto:vpalavecino@fch.unicen.edu.ar)

\*\*  [0000-0002-7151-1700](https://orcid.org/0000-0002-7151-1700)

 [juanmanuelpadron@yahoo.com.ar](mailto:juanmanuelpadron@yahoo.com.ar)

### Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Palavecino, V. y Padrón, J.M. (2019). Articulaciones entre turismo y patrimonio. Una aproximación desde la Extensión Universitaria: Voluntariado Universitario en Estación López, partido de Benito Juárez. *Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 45-54.

Received: 08/11/2019

Accepted: 30/12/2019

### ABSTRACT

This article intends to show the path taken in relation to the extension practices / scientific disclosures that we develop from a line of research in the Centro Interdisciplinario de Estudios Políticos, Sociales y Jurídicos (CIEP-FD-FCH / UNICEN). This reflection aims to be an input that makes it possible to rethink the extensionist practice and, at the same time, the power, becoming a tool for self-evaluation of scientific work. A University Volunteering project developed during 2017-2018 will be taken as a case study in "López Station", a town located in Benito Juárez, Province of Buenos Aires. In the same, and based on work methodologies and information analysis such as Bi-Common, Photographic Safaris and the Diagramming of Tourist Circuits, the results are presented around the revaluation of heritage in a Buenos Aires town, and its impact on the local community and in research and scientific dissemination work.

### KEYWORDS

heritage - tourism - education - practices - extension

## INTRODUCCIÓN

Resulta difícil pensar la relación Universidad y Comunidad como campos escindidos, aún cuando en los ámbitos académicos muchos no atiendan a esta interrelación fundamental. Es pertinente trabajar sobre la base de una concepción que persiga como meta un vínculo fluido y articulado entre ambos espacios, para que la ciencia pueda dar respuestas concretas a los cambios por lo que atraviesa la sociedad, valorando y asumiendo el conocimiento que desde esta se genera.

Docencia, investigación y extensión/divulgación deben contribuir de forma positiva a generar una posibilidad y/o oportunidad de interacción entre los actores universitarios y la comunidad, permitiendo generar instancias de construcción colectiva, identificar problemáticas relevantes y valorizar saberes que puedan acercar soluciones.

En este estudio de caso, se propone mostrar el camino recorrido en relación con las prácticas de extensión/divulgaciones científicas que se desarrollan desde el Centro Interdisciplinario de Estudios Políticos, Sociales y Jurídicos (CIEP-FD-FCH/UNICEN). Dicha presentación pretende ser un insumo que posibilite repensar la práctica extensionista y, al mismo tiempo, la potencie, convirtiéndose en una herramienta de autoevaluación del quehacer científico.

Para esto, se toma como estudio de caso el proyecto de voluntariado universitario "Mirando para conocer, conociendo para valorar. Intercambios entre historia y patrimonio. Buscando claves para la acción comunitaria en una localidad del interior bonaerense, Estación López (Benito Juárez)"<sup>(1)</sup>, desarrollado durante 2017-2018 en Estación López, localidad ubicada en el partido de Benito Juárez, Provincia de Buenos Aires.<sup>(2)</sup>

La propuesta surgió de las inquietudes detectadas en esta comunidad en relación a poner en valor la estación ferroviaria destruida por el paso de un tornado en 1992. El equipo extensionista acercó un conjunto de herramientas que permitieran, desde lo patrimonial, la historia y el turismo, encontrar una estrategia acorde a los intereses y expectativas de la comunidad. El punto de anclaje en la comunidad fue la Escuela Agropecuaria N° 1 (Anexo Estación López), y se articuló con instituciones locales con incidencia en el ámbito regional y experiencia en las problemáticas abordadas: el área de Patrimonio Cultural y Natural del Municipio de Benito Juárez y el Centro Cultural y Folklórico El Sombrerito de Benito Juárez. Esta articulación fue posible por la

---

(1) El mismo fue financiado en el marco de la Convocatoria 2016 Compromiso Social Universitario, dependiente del Programa de Voluntariado Universitario de la Secretaría de Políticas Universitarias (SPU) del Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación.

(2) El equipo extensionista estuvo conformado por los docentes, alumnos y graduados de las carreras de Prof. en Historia y Licenciatura en Turismo.

existencia de vínculos previos generados en actividades realizadas conjuntamente: el SOPA 2015 y dos Ciclos de Conferencias sobre cuestiones regionales en 2016 y 2017.

El proyecto se diagramó en un contexto que habilita y exige de la universidad pública acciones concretas frente a las problemáticas sociales que surgen en nuestras comunidades, en el marco de la globalización. Como marcan Polino y Castelfranchi (2012), se debe poner el acento en el papel cultural, político y epistémico que imprime marcas en las prácticas de comunicación pública de la ciencia y que, en muchos aspectos, la trascienden. Emergen distintas propuestas que ponen el acento en la interacción entre los científicos y sus públicos, en donde se busca "...disminuir las distancias –cognitivas, simbólicas o aún emocionales– entre ciencia y sociedad..." (Conforti, 2017). Estos lineamientos generales permiten pensar distintos caminos para llevar adelante un proceso de comunicación pública de la ciencia. Una alternativa la ofrece la perspectiva de investigación/acción, que integra diversos objetos de análisis, enfoques e intereses epistémicos, intrínsecamente relacionados con el interés práctico de que el conocimiento científico logre trascender los límites de las comunidades especializadas para integrarse en el imaginario cultural y en la vida cotidiana de los sujetos (Cortassa, González y Wursten, 2017, p.12).

Esto implica la producción de un conocimiento nuevo que vincule críticamente el saber académico con el popular (Tommasino, s/f; Tommasino, González, Guedes y Prieto, 2006). El diálogo de saberes produce conocimientos marcados por los contextos sociales e institucionales en los que son producidos. No se trata de una confrontación abstracta entre dos tipos de conocimientos, sino de una relación de personas con subjetividades construidas en contextos diversos y con saberes producidos de forma diferente. Desde estas concepciones, se busca presentar y reflexionar sobre la práctica extensionista llevada adelante por los distintos actores involucrados.

## **UN ESTUDIO DE CASO: EL VOLUNTARIADO UNIVERSITARIO EN ESTACIÓN LÓPEZ**

Estación López se ubica en el partido de Benito Juárez, provincia de Buenos Aires, zona de influencia de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires. En la actualidad, cuenta con una población de 138 personas, según Censo Nacional 2010. Sus alrededores se han caracterizado históricamente por la producción agrícola ganadera, con desarrollo de otras actividades como la minera de piedra y cal. El poblado surgió alrededor de la estación ferroviaria en marzo de 1885. En 1992 el poblado fue asolado por un tornado, que solo dejó cinco casas en pie y la estación ferroviaria casi destruida: la comunidad logró sortear la situación y recuperar parte de su anterior

fisonomía. Estación López, como otros pueblos rurales bonaerenses, visualizados desde el sentido común como sinónimo de atraso, inmovilidad y pasado, hoy adquieren una nueva significación, vinculada al rescate patrimonial y su potencial turístico (Palavecino, 2015).

El interés de las comunidades por valorizar su propia historia, rescatar la memoria, evitar el olvido y preservar su patrimonio, se hace no solo a la luz de un otro no rural, sino también al interior de las mismas. Es en esta línea que el grupo de investigación y extensión se suma al equipo de la escuela agropecuaria N°1 – anexo Estación López para realizar un recorrido por su historia, por los bienes que considera parte de su patrimonio y les permite identificarse con una determinada tradición.

En Estación López se observa una importante diversidad de manifestaciones y bienes culturales, susceptibles de ser abordados como parte del patrimonio local en tanto y en cuanto su comunidad lo considere como tal. En dicho proceso, resulta necesario desnaturalizar la idea de que el patrimonio es valorado del mismo modo por el conjunto de la sociedad, y que se comparte una visión única respecto de su importancia y la manera de protegerlo.

### **La práctica extensionista: el trabajo de campo**

Para desarrollar la propuesta se tomó como punto de partida los distintos tipos de materiales que se generaron en el desarrollo del proyecto, desde un abordaje cualitativo. Para esto es necesario destacar los objetivos que dicho proyecto plantea en sus orígenes, entre los que destaca conocer el significado patrimonial de Estación López en la actualidad, contribuir a la reflexión sobre el derecho a la identidad y al conocimiento de la historia local, propiciar estrategias participativas que promuevan lazos comunitarios, y lograr que la comunidad sea la real gestora y participe activa de su construcción identitaria, contribuyendo a la conformación de ciudadanos más democráticos, entre otros.

Las actividades comenzaron en marzo de 2017, se desarrollaron en una primera etapa entre docentes, alumnos y graduados de Facultad de Ciencias Humanas (FCH) para acordar las acciones a seguir. A ello le siguió una segunda etapa, de articulación del trabajo con las instituciones juarenses participantes. Posteriormente, se acercaron a la escuela con el objeto de socializar el proyecto con los docentes/alumnos de los distintos cursos, lo que generó acuerdos y estrategias de trabajo, a fin de poder implementar el proyecto en relación con los intereses de todos los involucrados. También participaron de estas reuniones la Delegada Municipal de la Comunidad y un grupo de madres que asisten al Plan de Finalización de Estudios Primarios y Secundarios (FinES), lo que permitió acercarse a la comunidad. Se acordó trabajar con todos los cursos y con las docentes de Ciencias Sociales, Naturales y el área de Literatura,

con encuentros cada 15 o 20 días.

Aquí se destacaron los elementos que se trabajan desde la Curricula de la escuela secundaria, como el rol de la Escuela Agraria y los problemas identitarios que tiene la comunidad en relación con el desarraigo y el sentido de pertenencia de los alumnos y sus familias, producto de la rotación de la población en la zona rural –mayoritariamente trabajadores de tambos–. Ante este panorama se buscó fortalecer las estrategias locales y comunales en los procesos de reconocimiento y valoración de los bienes patrimoniales. Así, se estructuró el trabajo con la comunidad educativa a partir de cuatro talleres:

En el **primer taller** se trabajó sobre la historia del espacio regional a partir de poner en juego lo que Revel (1995) ha denominado “juego de escalas” (nacional, regional y local), donde el punto de partida estuvo vinculado al desarrollo ferroviario. Se trabajó con un audiovisual, a partir de preguntas disparadores que permitían poner en juego diversas escalas de análisis, lo que hizo posible poner a Estación López en un contexto macro y micro analítico. Se hizo hincapié entre los diferentes usos y costumbres relacionadas al espacio de la estación ferroviaria. La jornada se cerró retomando los objetivos del proyecto, remarcando la noción de qué quieren mostrar de Estación López, y qué los identifica.

En el **segundo taller** se profundizó la cuestión patrimonial desde una perspectiva local. Se realizaron salidas de campo que tuvieron un doble objetivo: reconocer qué bienes culturales la comunidad identifica como patrimoniales, y “catalogar” dichos bienes en las distintas clasificaciones existentes. Se introdujo la noción de patrimonio asociado a las identidades y memorias. Estos conceptos/problemas fueron abordados a partir de los “objetos/bienes culturales” que los participantes en el proyecto llevaron al aula para compartir con el resto de los participantes del proyecto. Esto permitió abordar lo que se denominan proceso de patrimonialización de los objetos, como así también las respectivas clasificaciones que se asocian a ellos (Cruces, 1998; García Canclini, 1999; Prats, 2004; Hernández Ramírez, 2007). En lo que respecta a la conceptualización y clasificación de los bienes patrimoniales, el equipo de trabajo introdujo la noción de paisaje cultural para pensar el abordaje de Estación López (véase Hernández Carretero, 2010; Unesco 1972; Unesco, 2003; Martínez de Pisón, 2009; Zusman, 2009; entre otros). Esta categoría posibilita abordar las múltiples relaciones entre pasado, presente y futuro, para este y otros poblados-estaciones ferroviarias, a partir de una mirada interdisciplinar. Esta noción permitió diagramar el “Safari fotográfico por Estación López”, que fue diseñado y estuvo a cargo de las y los alumnos, las docentes y el directivo de la institución. El recorrido busco mostrar e introducimos en la historia del poblado, a partir de la mirada de los residentes.

En el **tercer taller** se trabajó bajo la consigna “¿Que harían con sus bienes patrimoniales?”. Se desarrollaron distintas actividades que, con un claro trasfondo metodológico, buscaron poner en evidencia acciones participativas: Safaris Fotográficos<sup>(3)</sup>, Bi-Común<sup>(4)</sup>, y Relevamiento de Recursos. El propósito era que los participantes eligieran en relación con sus intereses y expectativas. En lo que respecta al “Safari fotográfico”, la comunidad local seleccionó un conjunto de Bienes Culturales de tipo inmueble que se ubican en distintos puntos del poblado. Esto incluyó la descripción de cada uno de los bienes seleccionados. Aquí se pudo recabar una primera mirada de aquellos bienes que son importante para los pobladores de Estación López y que merecen ser mostrados. Para avanzar en esta línea, las fotografías recabadas fueron utilizadas para desarrollar la metodología denominada BiComún. Luego de clasificar las imágenes, se seleccionaron y se agruparon para ser enviadas a las familias de los estudiantes. En esta actividad se buscó obtener la opinión de las familias respecto de esos bienes culturales que aparecen representados y acercar el proyecto a las mismas.

El **cuarto taller** -y último- se centró en la “Diagramación de Circuitos Turísticos”. En una primera instancia, se recuperaron las nociones de bienes culturales y patrimoniales, en especial la de “paisaje”, abordadas en encuentros anteriores. En esta oportunidad se trabajó la idea de cómo diagramar un circuito turístico. Se hizo alusión al espacio, las temáticas y los bienes que deberían y/o podrían formar parte de este, como así también la duración del mismo (Chan, 2011). Además, se sumaron conceptualizaciones tales como actividad turística, el sistema turístico, el desarrollo sostenible/turismo sustentable (Boullón, 1985; Sancho, 1998; Hiernaux, 2002; Barreto, 2007; entre otros). El trabajo en el aula se vio potenciado a partir del desarrollo en el campo de un circuito turístico, con una visita por la ciudad de Tandil. Esta última actividad se cerró con una reflexión final sobre los usos de los espacios, la elección de los bienes patrimoniales y sus posibles interpretaciones, como así también sobre qué elementos deben tenerse en cuenta en ese proceso.

A comienzos del ciclo lectivo 2018 se retomaron las actividades para ajustar los detalles del circuito turístico/patrimonial de Estación López. Se trabajó en torno a un video que realizaron en conjunto con la Escuela Primaria de López. Ello permitió articular los distintos talleres que se desarrollaron en el marco del proyecto con otra institución de la comunidad, lo que resultó fundamental

(3) Esta modalidad invita a realizar recorridos al aire libre que a través del lente fotográfico capten e identifique los bienes culturales o patrimoniales.

(4) Es una metodología de trabajo en la cual, a partir de una reflexión colectiva, se decide conservar determinado conjunto de bienes culturales en sus distintas manifestaciones (materiales, inmateriales, muebles e inmuebles). La misma surge de las siguientes cuestiones: “...¿Cómo gestionamos el patrimonio en común?, ¿cómo decidir colectivamente qué queremos o no conservar?, ¿cómo hacer que esto sea aceptado por el estado y, por lo tanto, reflejado en la legislación?, ¿cómo elaboramos estos códigos de trabajo colectivo?, ¿quién es la comunidad que tiene capacidad de decidir sobre cada bien?, ¿qué papel tenemos los profesionales en todo esto?” (Masaguer y Vázquez, 2014, p.156).

en tanto mostró la apropiación del proyecto por parte de los “residentes”.

Estos talleres, junto a las actividades desarrolladas “fuera del aula”, dieron como resultado la elección de la diagramación de un circuito patrimonial, que busca poner en valor distintos momentos de la historia de Estación López, y cuyo punto de partida fueron los restos edilicios de la estación ferroviaria, y qué hacer con ellos.

## CONSIDERACIONES FINALES

El objetivo de la intervención desarrollada en el marco del Voluntariado Universitario fue lograr que la comunidad sea la gestora activa de su construcción identitaria. En este sentido, el equipo de trabajo se propuso como facilitador de herramientas que posibilitaran indagar en las inquietudes y necesidades que, a priori, se habían manifestado. El uso de estas estrategias metodológicas, tal el caso del “safari fotográfico” y del “Bi-Común”, permitieron generar un intercambio de saberes con la comunidad de Estación López, cuyo objetivo fundamental era acercar el trabajo de reflexión académica universitaria a la cotidianidad de la población local, articulando con los alumnos de una escuela de enseñanza secundaria rural.

Este aspecto del proyecto queda como saldo positivo, así como la imposibilidad de lograr acercar de manera más clara el producto final del proyecto a la comunidad local y del partido de Juárez queda en el deber del mismo, en parte por la falta de financiamiento efectivo para la continuidad del proyecto – con costos elevados en su fase de producción audiovisual –, en parte por la falta de una resolución satisfactoria de las exigencias temporales que la articulación con otros actores, especialmente el sistema educativo provincial, imponen.

En general, si se atiende a la propuesta de este artículo, esto es repensar la práctica extensionista para potenciarla, entendiéndola como una herramienta de autoevaluación del quehacer científico, el recorrido que se ha presentado invita a reflexionar sobre la necesidad de seguir profundizando la propuesta extensionista en tanto un elemento central en la producción de un conocimiento académico que reconozca el saber de un otro presente por fuera del ámbito universitario, y que exija a los docentes, los graduados y, fundamentalmente, a aquellos que se encuentran en plena formación, un compromiso activo con la co-construcción de conocimiento. Hoy la formación universitaria no puede concebirse sin el trabajo extensionista, y la producción de conocimiento no puede ser ajena a esta lógica.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barreto, M. (2007). *Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife, España: Colección Pasos edita N° 1, pp. 9-36.
- Boullón, R. (1985). *Planificación del espacio turístico*, México DF, México: Trillas, pp. 31-55
- Chan, N. (2011). *Circuitos turísticos. Programación y cotización*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Turísticas, [Primera edición 1991]
- Conforti, M. E. (2017). "Aproximaciones conceptuales y prácticas sobre comunicación pública de las ciencias", Seminario Interno, CIEP-FCH-UNICEN.
- Cortassa, C., González, A. y Wursten, A. (ed.) (2017). *Comunicar la ciencia: escenarios y prácticas. Memorias del V Congreso Internacional de Comunicación Pública de la Ciencias y la Tecnología*. Paraná, Argentina: Universidad Nacional de Entre Ríos. UNER.
- Cruces, F. (1998). "Problemas en torno a la restitución del patrimonio. Una visión desde la antropología". *Política y Sociedad*, 27, Madrid.
- García Canclini, N. (1999). "Los usos sociales del Patrimonio", en Aguilar Criado, Encarnación. *Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*. Andalucía, España: Consejería de Cultura. Junta de Andalucía.
- Hernández Carretero, A. M. (2010). "El valor del paisaje cultural como estrategia didáctica." *Tejuelo*, N° 9. Recuperado en <http://iesgtballester.juntaextremadura.net/web/profesores/tejuelo/vinculos/articulos/r09/10.pdf>
- Hernández Ramírez, J. (2007). "Patrimonio activado. Patrimonialización y movimientos sociales en Andalucía y Ciudad de México". *Dimensión Antropológica*, Año 14, Vol. 41, septiembre/diciembre.
- Hiernaux N. (2002). "¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario". *Aportes y transferencias*, 6(2), pp. 11- 27. Mar del Plata, UNMP.
- Masaguer Otero, M. y Vázquez Veiga, A. (2014). "BIComun: un experimento en el espacio público". *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura*. Educación, núm. 19, pp. 154-158.
- Martínez de Pisón, E. (2009). "El paisaje, patrimonio cultural", en Martínez de Pison, *Miradas sobre el Paisaje*, Madrid, España: Editorial Biblioteca Nueva.

- Palavecino, Valeria (2015). "La estación Gardey festeja su Centenario. Actores y procesos de activación patrimonial (1913-2013)", en Blanco, Mónica y Luciano Barandiarán (eds.), *Las configuraciones de la trama social: políticas públicas, instituciones y actores en la Argentina contemporánea*, Tandil, Argentina: UNICEN.
- Polino, C. y Castelfranchi, Y. (2012). "Comunicación pública de la ciencia. Historia, prácticas y modelos", en Aibar, E. y Quintanilla, M. A. (ed.), *Ciencia, Tecnología y Sociedad*, Enciclopedia Iberoamericana.
- Prats, Ll. (2004). *Antropología y Patrimonio*. Barcelona, España: Ariel.
- Revel, J. (1995). "Microanálisis y construcción de lo social". *Anuario IEHS*, N° 10, pp. 125-143.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*, Madrid, España: Organización Mundial del Turismo.
- Tommasino, H. et al. (s/f). "La Investigación Participativa: estudio comparativo para contribuir a la reflexión teórico-metodológica de la extensión".
- Tommasino H., González M. N., Guedes E., Prieto M. (2006). "Extensión Crítica: los aportes de Paulo Freire", en Tommasino, H. y de Hegedus, P.(ed.), *Extensión: Reflexiones para la intervención en el medio urbano y rural*, Buenos Aires, Argentina: Ed. Facultad de Agronomía, pp.121-136.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (1972). *Convención del Patrimonio Mundial*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2003). *Convención para la salvaguarda del patrimonio intangible*.
- Zusman, P. (2009). "El paisaje: la razón y la emoción al servicio de la práctica turística", en Roberto Bertoncello, *Turismo y Geografía. Lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*, Buenos Aires, Argentina: Ediciones Ciccus.

## GESTIÓN AMBIENTAL DE DESTINOS: APROXIMACIÓN TEÓRICA-METODOLÓGICA

Marcela Bertoni\*

Joaquín Testa\*\*

Valeria Faginas\*\*\*

María José López\*\*\*\*

Julieta Maffioni\*\*\*\*\*

Facultad de Ciencias  
Económicas y Sociales  
Universidad Nacional de Mar del Plata

### CONTACTO

\*  [0000-0003-3271-6137](https://orcid.org/0000-0003-3271-6137)  
 marber@mdp.edu.ar

\*\*  [0000-0003-3027-0178](https://orcid.org/0000-0003-3027-0178)  
 joauintesta@hotmail.com

\*\*\*  [0000-0002-5480-5539](https://orcid.org/0000-0002-5480-5539)  
 valefaginas@gmail.com

\*\*\*\*  [0000-0003-2161-379X](https://orcid.org/0000-0003-2161-379X)  
 lopezmj@mdp.edu.ar

\*\*\*\*\*  [0000-0001-6515-1916](https://orcid.org/0000-0001-6515-1916)  
 julietamaffioni@gmail.com

### Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Bertoni, M., Testa, J., Faginas, V., López, M.J. y Maffioni, J. (2019). Una aproximación teórica-metodológica para la gestión ambiental de destinos turísticos. *Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 55-80.

Recibido: 29/10/2019

Aceptado: 12/11/2019

### RESUMEN

La problemática de la gestión ambiental de los destinos turísticos consolidados requiere exceder los planteos tradicionales de la importancia del turismo como actividad económica, lo que implica definir nuevas pautas de ordenamiento territorial y abordar la cuestión de la sustentabilidad desde posiciones más sistémicas.

La finalidad de la propuesta es presentar la primera etapa de una investigación en curso a través de una aproximación teórica-metodológica que aporte un marco operativo para la gestión ambiental de los destinos turísticos. Por ello, la estrategia metodológica, consta de dos partes, una teórica y otra operativa, que se aplican para comprender la gestión turística desde la perspectiva ambiental.

En consecuencia, el artículo presenta una perspectiva integradora para el abordaje de la problemática de la gestión ambiental de destinos turísticos con la premisa de aportar nuevos elementos de explicación de las diferentes dimensiones abordadas desde una gestión turística sustentable de los destinos consolidados.

El desarrollo permite concluir que la consideración de los recursos, producto y destino turístico a partir de su potencial turístico, los procesos y dinámicas de producción turística y las condiciones de revaloración productivo estratégica del territorio, respectivamente, admiten una lectura apropiada para la gestión ambiental de los destinos.

### PALABRAS CLAVE

recursos turísticos - productos turísticos - destinos turísticos - gestión ambiental turística

## ENVIRONMENTAL MANAGEMENT OF DESTINATIONS: THEORETICAL-METHODOLOGICAL APPROACHMENT

Marcela Bertoni\*

Joaquín Testa\*\*

Valeria Faginas\*\*\*

María José López\*\*\*\*

Julieta Maffioni\*\*\*\*\*

Economics & Social Science Faculty  
Económicas y Sociales  
National University of Mar del Plata

### CONTACT

\*  [0000-0003-3271-6137](https://orcid.org/0000-0003-3271-6137)  
 [marber@mdp.edu.ar](mailto:marber@mdp.edu.ar)

\*\*  [0000-0003-3027-0178](https://orcid.org/0000-0003-3027-0178)  
 [joauintesta@hotmail.com](mailto:joauintesta@hotmail.com)

\*\*\*  [0000-0002-5480-5539](https://orcid.org/0000-0002-5480-5539)  
 [valefaginas@gmail.com](mailto:valefaginas@gmail.com)

\*\*\*\*  [0000-0003-2161-379X](https://orcid.org/0000-0003-2161-379X)  
 [lopezmj@mdp.edu.ar](mailto:lopezmj@mdp.edu.ar)

\*\*\*\*\*  [0000-0001-6515-1916](https://orcid.org/0000-0001-6515-1916)  
 [julietamaffioni@gmail.com](mailto:julietamaffioni@gmail.com)

### Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Bertoni, M., Testa, J., Faginas, V., López, M.J. y Maffioni, J. (2019). Una aproximación teórica-metodológica para la gestión ambiental de destinos turísticos. *Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 55-80.

Received: 29/10/2019

Accepted: 12/11/2019

### ABSTRACT

The environmental management of consolidated tourism destinations requires exceeding traditional economic approaches about tourism. This implies defining new territorial ordering patterns and addressing the issue of sustainability with more systemic positions.

The article presents the first stage of a research in development throughout a theoretical and methodological approach that provides an operational framework for the environmental management of tourism destinations. Therefore, the methodological strategy consists in two parts: the first one, theoretical and the other one, operative. They are applied to understand tourism management from an environmental perspective.

Consequently, the article presents an integrative perspective to study the problem of environmental management in tourism destinations, with the aim of offering new elements to explain from different perspectives the sustainable tourism management of consolidated destinations.

The work allows to conclude that the consideration of the resources, the product and the tourism destination considering the tourism potential, the processes and dynamics of tourism production and the conditions of a strategic productive reevaluation of the territory, is an appropriate reading for environmental management of tourism destinations.

### KEYWORDS

tourism resources - tourism products - tourism destinations - environmental tourism management

## INTRODUCCIÓN

En el contexto actual, tiene lugar una recomposición de la función turística y territorial de los destinos litorales consolidados, que demanda nuevos instrumentos analíticos y estrategias de renovación que faciliten la adaptación de los destinos a las dinámicas regionales y globales. Los destinos turísticos consolidados están obligados a generar un proceso de renovación y adaptación que salvaguarde su sustentabilidad, a fin de garantizar su competitividad y adaptarse a los cambios actuales en el escenario turístico.

Una referencia fundamental es desarrollar nuevos marcos y criterios del desarrollo del turismo teniendo en cuenta la función residencial que adopta el territorio, basados en presupuestos de habitabilidad y sustentabilidad. Sin embargo, en muchos de estos destinos, la planificación y gestión del desarrollo turístico evidencia ciertas limitaciones sectoriales, políticas y técnicas para favorecer un mejor ajuste a las condiciones del mercado a medio-largo plazo y garantizar un desarrollo turístico sustentable.

Por ende, para abordar la problemática de la gestión ambiental de los destinos turísticos es necesario exceder los planteos tradicionales de la importancia del turismo como actividad económica. En particular, en los destinos litorales urbanos, esto implica definir nuevas pautas de ordenamiento territorial y abordar la cuestión de la sustentabilidad desde posiciones más sistémicas.

El ordenamiento y el aprovechamiento del territorio urbano, actualmente, suscita como desafío reducir al máximo el impacto ambiental de las actividades económicas, en especial mediante el desarrollo de tecnologías no contaminantes y una atención particular a la prevención, incluida la reducción de emisiones y residuos.

La orientación hacia la sustentabilidad del turismo debe superar su tendencia limitada hacia la productividad, competitividad y comercialización. De hecho, las innovaciones tecnológicas de gestión ambiental producidas en estos destinos se concentran aparentemente en preservar y conservar la naturaleza del espacio turístico, supeditando a un segundo lugar las limitaciones de stock de recursos y las necesidades de las poblaciones locales.

En consecuencia, el desafío es actuar en el mercado turístico con una visión estratégica. Para ello, es necesario tener información actualizada y contar con conocimiento experto que pueda ser aplicado por actores diversos. El sector turístico, ya sea desde lo público, la gestión municipal, como de lo privado, la prestación de servicios (compuesta en su mayoría, por pequeñas y medianas empresas), no cuenta con los recursos suficientes para asumir el costo de investigar y producir conocimiento.

Por estas razones, es preciso dotar a la actividad turística, principalmente en la escala local, con marcos operativos que permitan la innovación y mejora del sector, así como un manejo ambiental adecuado de los recursos.

La finalidad de la propuesta es presentar una aproximación teórica-metodológica que aporte un marco operativo para la gestión ambiental de los destinos turísticos.

El planteo teórico presenta dos aspectos fundamentales de la relación turismo territorio que son la articulación y la intensidad. A partir de este planteamiento se determina que la gestión debe centrarse en los recursos turísticos entendidos como potencial de desarrollo turístico, el producto turístico en relación con los procesos y dinámicas de producción turística y el destino en términos de condiciones de revaloración productivo estratégica del territorio.

Estos temas son considerados las unidades de análisis para la definición de los marcos operativos y se abordan a partir de la discusión de enfoques metodológicos para lograr mejores condiciones de competitividad y sustentabilidad en un destino turístico.

Por lo tanto se examinan: los métodos apropiados de evaluación del potencial turístico y de análisis de la situación turística existente, de definición de rangos para la experiencias recreativas y del manejo de los recursos básicos (agua, suelo y aire); criterios o enfoques que permiten instrumentalizar el abordaje de los procesos de transformación y configuración del espacio y sus consecuentes dinámicas de intervención territorial relacional; y mediciones y evaluaciones de competitividad territorial en relación con las capacidades y las dimensiones de las características del modelo turístico y su sustentabilidad ambiental.

La consideración de los recursos, producto y destino turístico a partir de su potencial turístico, los procesos y dinámicas de producción turística y las condiciones de revaloración productivo estratégica del territorio, respectivamente, admiten una lectura apropiada para la gestión ambiental de los destinos. Debido a que contienen componentes de gran importancia analítica referida a los recursos, a los agentes del proceso productivo y las transformaciones espaciales que ello conlleva, y que definen la competitividad y la sustentabilidad territorial.

## **ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

La estrategia metodológica, consta de dos partes, una teórica y otra operativa, que se organizaron para aplicar y comprender la gestión turística desde

la perspectiva ambiental. Esta relación teórico-operativa aporta a la validación y análisis de los aspectos centrales de gestión ambiental turística.

El marco teórico conceptual que se presenta forma parte de las reflexiones, enfoques y tendencias en la comprensión de los aspectos principales que son concurrentes con la investigación en el planteo epistemológico y metodológico. En este sentido, la parte teórica identifica aquellos conceptos que justifican los elementos de análisis operativo para explicar distintos aspectos de los recursos, producto y destino turísticos abordados desde la perspectiva ambiental.

La parte operativa enuncia los antecedentes y justificaciones que se exponen en función de las tres unidades de análisis planteadas: recursos, productos y destino. La búsqueda se centró en criterios que se pueden operacionalizar en el desarrollo del estudio atendiendo a los procesos que inciden directamente en la construcción de la realidad y condición de la gestión de un destino turístico. Por ello, se presentan diversos niveles de análisis interpretativos que refieren a la consideración de temas centrales de cada unidad de análisis agrupados teniendo en cuenta el aporte que brindan a la descripción e interpretación al marco general de la reflexión teórico-operativa propuesta.

## MARCO TEÓRICO

El análisis de la articulación territorial del turismo tal lo plantea Vera (1997) debe considerar dos ejes de discusión: la especificidad y diversidad en el espacio del destino turístico y los factores de diferenciación.

La especificidad y diversidad están mediadas por la lógica del ocio que implica prácticas sociales y de consumo distintas, que requiere del fundamento espacial para su desarrollo. En este sentido, “el espacio turístico tiene un objetivo teórico de responder a la necesidad de satisfacer la motivación de un consumo estacional o esporádico de las personas (ocio) e implica una funcionalidad, un hábitat y una dinámica particulares” (Antón Clavé, 1998).

Por lo tanto, las formas espaciales están sujetas a las lógicas de temporalidad específica del destino turístico, que es un sistema territorial con características singulares en cuanto a su finalidad social, tanto en su materialización como en su contenido.

Los factores de diferenciación se relacionan, por un lado, con la funcionalización turística del espacio que se define por crear estructuras urbanas y regionales con características distintivas, que expresan el modo de producción de una sociedad. Y por el otro, con la instrumentalización territorial del turismo

que es diversa según el entorno en el cual se produce y del rol que tiene en su desarrollo la producción más o menos intensa de suelo para la localización de instalaciones, equipamientos y servicios turísticos.

Los espacios más reconocibles son las ciudades que pueden definirse como el resultado de una forma singular de urbanización. Para Antón Clavé (2010), la especificidad de la ciudad turística está dada porque el proceso de valorización del lugar es resultado del uso que realiza el consumidor y evoluciona en el tiempo en función de la oferta de atractivos y de equipamientos, servicios e infraestructuras públicas y privadas y la demanda que exterioriza tendencias en las preferencias recreativas.

Esta mezcla de oferta y demanda crea un imaginario específico para el destino turístico que está en constante cambio, lo cual genera un enorme desafío. Sobre todo si éste pretende ser competitivo y además sustentable.

Por otra parte, los elementos espaciales constituyentes del destino turístico establecen los recursos primordiales para la conformación de productos turísticos y su calidad es básica para establecer el grado de competitividad del destino.

Sin embargo, la calidad de estos recursos turísticos o no estrictamente turísticos depende de la intensidad de la relación del turismo con el territorio. O sea, que si se supera un límite sustentable en el consumo y/o uso de los recursos de ese territorio (paisaje, espacios naturales, suelo, agua y aire), se produce la degradación del espacio turístico. Tal situación afecta el nivel de competitividad y de sustentabilidad del destino.

Los recursos que se convierten en atractivos turísticos son el insumo para la configuración de destinos turísticos y de desarrollo territorial, por lo tanto responden a políticas en las que intervienen actores con diversas lógicas de interacción para la conformación del o los producto/s turístico/s.

El carácter integral del destino turístico está dado en la variedad de elementos que lo componen. Tales componentes son claves para su funcionamiento: la gestión de equipamientos recreativos, infraestructuras y servicios, las condiciones urbanas y la protección ambiental; que no son sólo relevantes para los habitantes, sino también por las exigencias de la calidad de las experiencias turísticas.

Actualmente, la cuestión emergente en los destinos turísticos es el reconocimiento de que el desarrollo sustentable debe estar vinculado a múltiples procesos económicos, decisiones políticas, acciones sociales y procesos espaciales de índole urbana, medio ambiental y tecnológica: en consecuencia, el desafío es la transición hacia la sustentabilidad.

## El potencial de desarrollo turístico

Las potencialidades turísticas de un lugar ya no pueden ser establecidas, sólo, a partir de una lista y/o una clasificación, dado que la detección de los recursos y su tipificación en base a diversas categorías o métodos de análisis es subjetiva y sesgada a valores intrínsecos y científico-técnicos.

Estos inventarios no son más que un insumo para la aplicación de metodologías diversas y complejas, que permitan realmente valorar el potencial turístico de un área y su conservación. Entonces se asume que este potencial no deriva, exclusivamente del número de recursos existentes, sino por su calidad y capacidad de aportar valor. Esta última está también definida por los cambios de la demanda lo que implica que un atractivo turístico debe ser considerado desde la vertiente vivencial (Ávila Bercial y Barrado Timón, 2005), o sea, su uso. Por ello, es necesario evaluar al espacio/entorno desde las oportunidades recreativas que ofrece y que hacen más probable la realización de las experiencias deseadas, las cuales, en definitiva, son nuevas posibilidades de consumo.

Asimismo el uso turístico de los atractivos se debe ajustar al concepto de consumo porque otro aspecto esencial es su degradación (Sánchez, 1991). Ésta no es resultado del valor intrínseco de los recursos sino de su condición renovable, ya que si se superan las tasas de renovación de los mismos, se afecta su calidad y su capacidad de aportar valor.

Por ende, el análisis del potencial turístico desde la perspectiva ambiental aporta a este aspecto analítico de los recursos una visión más amplia y compleja. En primer lugar excede la consideración de los recursos estrictamente turísticos, sino que además incluye a los recursos básicos (agua, suelo y aire). Y en segundo término, no se limita a la definición del valor intrínseco de los recursos, sino también a su uso y consumo, en consecuencia se asume la cuestión de la gestión.

Por lo tanto, el aspecto aplicable se enfoca en el potencial de desarrollo turístico, que si bien está definido de forma muy directa por los recursos existentes y su calidad, también está condicionado por su capacidad de aportar valor en el tiempo y su carácter renovable. Por ello, el marco operativo de evaluación necesariamente debe asociarse a criterios de manejo ambiental.

## Los procesos y dinámicas de producción turística

La materialización de las funciones turísticas produce diversidad de escalas, de productos, de períodos e imágenes, aptos para desplegar diferentes significados y proporcionar distintas satisfacciones (Vera, 1997). Los posibles usos diferenciales que se despliegan en el espacio de ocio dan lugar a distintas producciones de espacio y, por consiguiente a la transformación del espacio social previo en un nuevo espacio social funcional a los distintos objetivos.

La funcionalidad turística se concreta en las estructuras espaciales y económicas que tienen como resultado espacios transformados que responden, por una parte, a la finalidad de configurar un imaginario específico, o sea, distinciones que dan sentido a las modalidades de integración que establecen formas particulares de prácticas turístico recreativas (Osorio García, 2010). Y por otra, a un producto y un modelo espacial turístico particulares, que exhiben el enfoque (sectorial y/o integral) de la producción y gestión de la actividad y su posibilidad o capacidad de adaptación al mercado turístico.

En consecuencia, el proceso de transformación del territorio y la jerarquización de los espacios obedece a una lógica de la estructura económica, política y cultural. Donde, el contexto no es un ámbito separado, sino el lugar en el cual tiene lugar una red de interacciones que constituye un entramado relacional.

Esta situación da lugar a un proceso de configuración de un espacio-red que es resultado de las necesidades y expectativas (generadas también fuera del propio espacio de destino) y de condiciones productivas del sector turístico localizado en el espacio-territorio.

Los sistemas red remiten tanto al aspecto conceptual como a un sentido estrictamente instrumental. El concepto de red social plantea un proceso de construcción continuo de lo individual a lo colectivo que funciona como un sistema abierto de intercambio dinámico entre sus integrantes y con integrantes de otros grupos sociales para potenciar los recursos que poseen. Los componentes del análisis tienen relación con lo institucional, lo instituido, lo instituyente y lo transversal que en términos operativos funcionan como categorías de percepción y apreciación de dinámicas que remiten a elementos organizadores de clasificación, de acción y de lógica práctica.

Entonces, desde la perspectiva ambiental para los destinos turísticos, el tema del espacio-red se asocia, en primer lugar, con la dinámica territorializadora del sector que conforma el producto turístico, imponiendo una articulación espacial concreta y configurando una especialización funcional del territorio, que explica el espacio social resultante en el territorio y puede incorporar un componente de conflicto territorial (Sánchez, 1991). Esto como resultado de las intervenciones que tienen efectos directos sobre el entorno y sobre los individuos, con capacidad de potenciar, inhibir o alterar formas de relación social, que inciden en las formas de interacción con la naturaleza (Moreno y Pol, 1999).

En segundo lugar, la cuestión de las redes plantea también la dinámica relacional que analiza las relaciones de los actores turísticos que operan en el destino, que constituyen las dimensiones básicas de las actuaciones a realizar

en un territorio para que éste sea operativo como producto o destino turístico. En definitiva, los procesos de transformación y configuración del espacio y las dinámicas de producción turística resultantes deben evaluarse a partir de la complejidad funcional del producto territorial turístico que implica comprender dinámicas de: intervención ambiental, entendida como un conjunto de estrategias orientadas a la gestión psico-socio-ambiental del territorio, y relaciones de las producciones económicas y sociales y la subjetividad que en ellas se despliega.

### **La revaloración productivo estratégica del territorio**

La evolución permanente de la ciudad turística se caracteriza por condiciones urbanas, que tienen una lógica de centralidad secundaria ante los recursos valorados, y un hábitat que incorpora dimensiones en función del ocio (deportivo, recreativo, sanitarios) (Vera, 1990). Los dos vectores a partir de los cuales pueden diferenciarse los resultados de la especialización turística en el territorio son el contexto institucional que gestiona el proceso productivo y su articulación territorial, y la mayor o menor participación de la población local en la dinámica de cambio.

La transición a la sustentabilidad de un destino turístico urbano supone impregnar tanto a la gestión pública como al conjunto de la actividad social de una internalización en valores ambientales. En consecuencia, este planteo se basa en la gestión integrada de los asentamientos urbanos que supere la prevaleciente gestión basada en elementos funcionales (Ruano, 1999).

Tal cosa significa ciertas condiciones de habitabilidad urbana que comprenden que el metabolismo urbano en términos energéticos y socioculturales se encuentre en un equilibrio, que las acciones, que se realizan para el funcionamiento urbano no superen la capacidad de sustentación de los ecosistemas y que los actores y grupos sociales que protagonicen la construcción, funcionamiento y transformación de la ciudad participen, en forma de ciudadanía organizada.

Por otra parte, considerar al turismo como una práctica social colectiva con capacidad de generar actividad económica requiere propiciar condiciones para crear y mantener el empleo y la riqueza de un lugar, aprovechando con eficiencia y de forma sustentable los recursos disponibles, escasos y no sustituibles. Entonces es necesario, que los factores que posibilitan la actividad turística se conserven en el largo plazo y que la prestación de los servicios y las actividades recreativas satisfagan las expectativas y necesidades de los turistas.

La revaloración productivo estratégica del territorio desde la perspectiva

ambiental permite identificar potenciales aspectos y criterios de valorización del territorio, que entrañan una nueva conceptualización del territorio, en el marco del desarrollo sustentable, en el que el análisis territorial se entiende como un proceso estratégico para la construcción simbólica de espacios de interpretación, de conservación y de preservación.

Por lo tanto, los aspectos de gestión del turismo necesarios para el mantenimiento futuro de la actividad son principalmente competencia de la administración local. En este sentido, para el análisis del destino la escala local es la más apropiada porque la configuración del mismo tiene relación con las estructuras turísticas locales, los agentes económicos intervinientes y las competencias que tiene el municipio en materia del ordenamiento urbano ambiental.

El análisis de la sustentabilidad, en este caso del destino turístico, en términos operativos para alentar la transición hacia la sustentabilidad implica el diseño de algunas acciones estratégicas secuenciales, centradas en la transformación de los modos de gestión tradicional o sectorial hacia la gestión integrada ambiental.

## **MARCO OPERATIVO**

### **Recursos turísticos**

Los métodos para la evaluación del potencial turístico plantean como primer paso la realización de un listado de recursos turísticos. No obstante, la generación de una lista de recursos resulta ser sólo una instancia de tipificación de los mismos. Generalmente se utilizan técnicas de observación teniendo en cuenta criterios identificatorios que permiten establecer sus características relevantes a partir de variables que integran la información descriptiva del recurso y sus particularidades. Este procedimiento permite generar inventarios de recursos a partir de la identificación de sus aspectos formales, como instancia inicial para la posterior evaluación del potencial turístico.

Las lecturas más restringidas incluyen sólo el origen del tipo de recursos (natural o sociocultural; Sancho, 1998) a lo cual se pueden agregar otras características vinculadas con su materialidad y su movilidad (Navarro, 2015). Es decir, que las variables tratan de establecer los patrones de paisaje dominantes y sus componentes principales (Muñoz Criado, 2012).

Además, la observación de los aspectos formales requiere establecer como variables de identificación ciertos factores vinculados con la localización del recurso y su distribución espacial (número de recursos, localización absoluta y relativa) (Soria Leyva, 2015). Algunas propuestas metodológicas consideran

incluso la sinergia de recursos, esto es la cercanía entre distintos recursos que, en conjunto, tendrían potencial para generar flujos turísticos.

Estos aspectos son considerados también en propuestas previas por Viñals (2002), Lopes Brenner (2003), Franco Maass et al. (2009), Federación Europea de Espacios naturales y rurales metropolitanos y periurbanos (FEDENATUR; 2010) entre otros autores que proponen metodologías para la evaluación de los recursos turísticos y que establecen criterios centrados en la dimensión espacial de los recursos. A estos criterios, se suman otros que permiten una evaluación a priori de sus particularidades y atributos como las que propone Navarro (2015) que dan cuenta de atributos propios pero también permiten evaluar a los recursos en relación con otros de su misma naturaleza.

Cabe considerar que las variables a utilizar dependen del tipo de recurso. En efecto, algunas metodologías pensadas para espacios naturales utilizan categorías y plantean la valoración de ciertos aspectos que son opuestos o no aplicables a otro tipo de espacios (USDA, 2003).

Sin embargo, la evaluación del potencial turístico también debe incluir otros criterios de valoración de los recursos relativos a su calidad y su capacidad de aportar valor que en términos operativos se asocia al uso turístico recreativo, dado que el potencial no depende sólo de la cantidad de recursos y sus características propias sino de sus aptitudes de convertirse en atractivo turístico. Entonces requiere de criterios de aprovechamiento turístico que trasciendan la definición del recurso desde sí mismo. Esto implica la evaluación de los aspectos funcionales del recurso y su posición respecto de la demanda. En este sentido son necesarios criterios evaluativos de aptitud y técnicas más complejas, no solo de observación sino también procedimientos de investigación mixtos, para relevar información que integre los recursos con la demanda.

Las técnicas más simples replican la observación de ciertos aspectos pero que tienen más que ver con las condiciones de funcionalidad turística recreativa que con sus características intrínsecas. En todas las propuestas analizadas se incluyen criterios relativos a la accesibilidad/conectividad del recurso (USDA, 2003; Franco Maass et al., 2009; Soria Leyva, 2015; López Zapata et al., 2017) y dentro de ella las condiciones de acceso. También otros aspectos asociados a la oferta turístico recreativa vinculados con los tipos de equipamiento e infraestructura disponible (FEDENATUR, 2010) que básicamente son las condiciones de uso y disfrute de los recursos. Por lo tanto, una lectura inicial es la existencia o no de instalaciones recreativas y el grado de suficiencia. De lo cual se derivan lógicamente las necesidades de intervención sobre los recursos.

Algunas propuestas metodológicas suman técnicas de ponderación o escalas de puntuación de los distintos criterios observados para establecer una

jerarquización que contribuya a la evaluación del potencial (Leno, 1993; Franco Maass et al., 2009; Soria Leyva, 2015 y López Zapata et al., 2017). Si bien se trata de una técnica permeable a las subjetividades, el procedimiento permite objetivar la evaluación al sistematizarla y cuantificarla.

Por otro lado, la definición de una propuesta metodológica de evaluación de los recursos y su potencial turístico supone incorporar variables de evaluación de la relación recurso-actividad en función de las oportunidades recreativas. En este sentido, distintos autores proponen tipologías concretas de prácticas turísticas y actividades recreativas considerando la aptitud del medio para permitir dichas prácticas (Luque, 2003) y otros establecen funciones y actividades posibles en el recurso (Viñals, 2002; USDA, 2003 y Franco Maass et al., 2009). Cabe destacar la metodología del USDA (2003) que propone una evaluación de las oportunidades recreativas para aéreas naturales protegidas clasificando el tipo de entorno natural y el tipo de actividad que se puede realizar en tal espacio, junto con las experiencias deseadas, las expectativas y preferencias de la demanda y, por lo tanto, sus valoraciones y representaciones. Esto supone contemplar variables de evaluación que permitan una mejor adecuación entre oferta y demanda.

Por último, la determinación del potencial turístico desde una perspectiva ambiental requiere, además de criterios para la tipificación (definición del recurso desde sí mismo) y evaluación (aspectos funcionales del recurso y su posición respecto de la demanda), criterios analíticos del uso de recursos y técnicas complejas que articulen la descripción y evaluación con el análisis de la sustentabilidad ecológica y la consideración por tanto de los aspectos de manejo ambiental. La perspectiva ambiental es esencial para establecer y evaluar la calidad de los recursos básicos y su capacidad de seguir aportando servicios ecológicos en el tiempo. Con lo cual, el análisis de la sustentabilidad ecológica es condición esencial para la evaluación del potencial turístico, dado que es ineludible considerar el stock o reserva de recursos básicos y los eventuales impactos del uso turístico que podrían generar problemas ambientales.

En consecuencia, resulta oportuno el análisis del consumo de los recursos básicos a través de distintas variables ambientales según criterios observables de manejo ambiental que den cuenta de la temporalidad del recurso (esto es, su disponibilidad en el largo plazo) según los niveles de extracción, consumo y generación de desechos, considerando la demanda habitual y estacional de recursos (Bertoni et al., 2017). Las técnicas de referencia para el análisis se centran en la medición de indicadores que deben referir a las condiciones de renovabilidad de los recursos y los límites de las tasas de explotación y calidad óptimas, en función de estándares de referencia (Testa et al., 2017).

Asimismo, la capacidad de carga constituye una herramienta operativa para

la medición de la intensidad de uso, no solo de los recursos turísticos en sí, sino de la capacidad instalada y de los recursos básicos (Bertoni et al., 2016), en tanto permite determinar el volumen de la demanda posible y establecer un umbral crítico de uso turístico recreativo posible (nivel de uso óptimo) a partir del cual se produce la saturación del equipamiento turístico, la degradación de los recursos y/o una disminución en la calidad de la experiencia turística.

En consecuencia, el potencial de desarrollo turístico no se evalúa únicamente en función de criterios identificatorios de los recursos sino que requiere de criterios evaluativos y analíticos para establecer sus posibilidades de aprovechamiento turístico y las restricciones ambientales impuestas para su uso y consumo.

### **Producto turístico**

La definición del producto turístico, dada su complejidad, debe ser abordada a partir de la relación espacio-red que en términos operativos puede distinguirse en dos grupos: las dinámicas de intervención territorial, que configuran la especialización funcional del territorio, y las dinámicas relacionales, que tienen que ver con la conformación de la red productiva del sector.

Los análisis de dinámicas de intervención en el turismo se realizan desde perspectivas tanto parciales (sociales, económicas, políticas) como integradoras (territoriales). Las propuestas metodológicas están centradas en el objetivo de la acción. Por un lado, en lo relativo a la planificación, las categorías remiten a la adecuación del medio urbano, la adecuación del espacio natural, la definición y diversificación de productos turísticos, las acciones de marketing y comunicación, y la gestión, mejora de la calidad y dinamización del sector (Monteserrín Abella, 2007); o a la mejora de la competitividad del destino, el desarrollo de nuevos productos y la recuperación y mantenimiento de los recursos (Baños Castiñeira et al., 1995). Por otro lado, desde la perspectiva de la acción territorial, las variables se centran en la especificación del producto, la identificación desde lo local y el reconocimiento frente a otros, la patrimonialización de los recursos, la dinamización y valorización de sectores de la actividad económica y social, y la integración de escalas territoriales (Bustos Cara, 2008). En definitiva, estas intervenciones definen operativamente al producto turístico, implicando transformaciones en el espacio.

Para el análisis del/los producto/s turístico/s, los enfoques metodológicos parten de la identificación y caracterización de los recursos turísticos a partir de observaciones y revisión documental que permiten generar inventarios, jerarquizaciones y ponderaciones, como se indicó anteriormente. Asimismo, se caracterizan los servicios o facilidades turísticas y la infraestructura, e incluso la vocación turística del territorio, a partir de descripciones, clasificaciones y

evaluaciones.

Las lecturas se realizan en base a tres abordajes que van adquiriendo mayores dimensiones de análisis, intentando acercarse a la integralidad. En primer lugar, el abordaje desde lo comercial, asociado al diseño de producto en donde las metodologías definen variables vinculadas a la comercialización turística, como el diseño, posicionamiento, distribución, las estrategias de marketing, oportunidades de negocio, el desarrollo, lanzamiento y promoción (Machado y Hernández, 2007; Nasimba y Cejas, 2015). En segundo lugar, se plantean abordajes a partir de las condiciones del entorno y de los servicios que particularizan al producto, donde se evalúan y jerarquizan zonas para el desarrollo de nuevas alternativas considerando plazas de alojamiento y restauración, calidad de servicios, accesibilidad y tipos de actividades (Blancas et al., 2009; Reyes Pérez et al., 2012). Por último, existe otra perspectiva que, además, incorpora la visión desde la demanda turística teniendo en cuenta la cantidad de arribos, el índice de ocupación, la estadía promedio, la libertad de elección, participación y satisfacción y la motivación e imagen percibida del turista (Smith, 1994; Iatu y Bulai, 2011; Figueroa et al., 2015).

En cuanto al análisis de las dinámicas relacionales en el territorio, se deben considerar a los actores sociales involucrados y las relaciones productivas que se generan entre ellos. En el turismo, para este análisis se observan tres grandes lecturas: la Teoría de los *Stakeholders*, la Teoría de los Sistemas Productivos Locales (*Clusters* Turísticos) y el Análisis de las Redes Sociales.

La Teoría de los *Stakeholders* se basa en la identificación de los diferentes tipos de actores, sus características y prácticas (Morales et al., 2011; Caro et al., 2015). Considera las dimensiones básicas de las actuaciones de los actores turísticos en un territorio, para que sea operativo como producto o destino, con el fin de entender las relaciones y los procesos de interacción, aprendizaje colectivo e innovación.

En este sentido, las metodologías utilizadas parten de la identificación de los actores en distintos grupos, para luego describir y analizar variables vinculadas al poder, la legitimidad y el interés (Pulido, 2010); la importancia de los interesados (Sheehan y Ritchie, 2005); las actitudes y percepciones frente a determinadas problemáticas (Byrd et al., 2009); los objetivos, formas de pensar y actuar, y escala de actuación (Alonso, 2004). Asimismo, las propuestas incorporan el análisis de las relaciones y vinculaciones de los actores así como la convergencia con el desarrollo territorial y su capacidad de influir en las decisiones de otros actores (Aledo et al., 2013; Arizaga et al., 2018). Las técnicas para la representación de los datos se centran en el diseño de matrices y diagramas (de Venn), generados a partir del relevamiento de información en campo, acudiendo a informantes clave, y a través de la revisión de fuentes

secundarias. También se realizan mapeos de actores, donde se plasman las relaciones y su distribución en el espacio.

El abordaje de la Teoría de los Sistemas Productivos Locales, enfocado en las relaciones productivas, se da a partir del análisis de los *Clusters* Turísticos que estudian los vínculos existentes entre las empresas e instituciones que operan en el destino y forman el producto turístico, considerando los grados de integración, sinergias e innovación, entre otros aspectos (Varisco, 2004, Novelli et al., 2006).

Por último, el Análisis de las Redes Sociales, toma como categorías de análisis a los actores y las relaciones establecidas entre ellos, analizando la estructura formal de la red, para explicar el funcionamiento de la actividad turística desde distintos enfoques, entre los que se destaca el ligado al producto turístico (Merinero, 2011).

Las metodologías se centran en variables que establecen las formas que adopta la red como su densidad, el grado de centralidad y la dirección de las relaciones (Merinero, 2011; Muñoz y Fuentes, 2013) y su contenido (Prat y Cánoves, 2013). Las técnicas de representación, a partir de un análisis cuantitativo y a través de los indicadores reticulares (Merinero, 2015), resultan en grafos o gráficos de redes.

Por otra parte, cabe mencionar que el análisis estructural de las redes puede realizarse también a partir de las escalas de vinculación: microsocioal (observando actores como el gobierno nacional, provincial/regional y local, los prestadores, la comunidad receptora, el turista y la competencia; Muñoz, 2012) o macrosocioal (cuando las asociaciones se dan entre un número mayor de actores; Aguirre, 2014).

No obstante la multiplicidad de propuestas que ofrecen herramientas para analizar el producto turístico, se trata de planteos descriptivos y/o propositivos que no consideran variables ambientales.

Entender el producto desde la perspectiva ambiental requeriría de una visión de largo plazo, en donde la orientación de las intervenciones no sólo se analice y defina desde una visión sectorial sino que contemple en términos operativos las necesidades, distribución y tipo de intervenciones: de rehabilitación del entorno, de recuperación de espacios, de saneamiento ambiental, de inversión en tecnologías limpias y obsolescencia de las infraestructuras de saneamiento y las necesidades de adaptación del sector turístico.

Mientras que, en el análisis de las dinámicas relacionales, las externalidades de los patrones de relaciones de la red (Solis y Troitíño, 2012) constituyen

un elemento fundamental en el análisis de las redes productivas, especialmente desde la perspectiva ambiental, aunque la mayoría de las metodologías ponen el foco sobre la caracterización de actores y relaciones, perdiendo así la noción de espacio-red. Entonces, esta manera de analizar las redes sin considerar su materialización en el territorio conlleva al tratamiento de las dinámicas de intervención y relacionales como componentes aislados, dificultando la comprensión de los procesos de producción turística y la lectura de la cuestión desde la dimensión socioeconómica de la sustentabilidad (en términos de equidad, viabilidad y rentabilidad).

En definitiva, el análisis de estas dinámicas desde lo ambiental implicaría comprender el uso y apropiación espacial y temporal diferencial del territorio, que da lugar a distintas pautas de localización y funcionalidades. Esto lleva a potenciales conflictos sociodistributivos vinculados a asimetrías o desigualdades territoriales en términos de recursos y servicios ambientales (Martínez Alier, 1997), resultado de las relaciones entre los actores y las intervenciones que quieren implementar.

## **Destino turístico**

El análisis de las condiciones de revalorización productiva estratégica del territorio se basa en el contenido de los modelos turísticos y las capacidades requeridas para el desarrollo de un modelo territorial turístico competitivo.

Los modelos identificados (De Oliveira, 2007; Talaya, 2004; Fernández, 2009 y Tomas, 1998) se centran en diferentes enfoques y contenidos. Se pueden diferenciar modelos turísticos teóricos que tienden hacia un enfoque descriptivo de algunas de las condiciones representativas del destino (modelos de enfoque espacial, sistémicos y de desarrollo), y modelos turísticos de abordajes empíricos que plantean un marco de análisis más interpretativo evaluativo del desarrollo del turismo (modelos de demanda, de impactos y de ciudades sustentables).

Los modelos turísticos con enfoque espacial son bastante difundidos y concentran su atención en la relación existente entre dos unidades geográficas: el lugar de origen y destino. Dentro de este enfoque se ubican aquellos modelos que incluyen variables asociadas al uso del espacio, intensivo o extensivo, cuyas características de análisis se centran en la densificación y congestión urbanística, deterioro del paisaje y del ambiente, y la desconexión entre los espacios.

Los modelos que explican el sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo se componen por el estudio de elementos relativos a la oferta turística que presentan la forma interna del "sector" turístico

y su dinámica funcional, pudiéndose reconocer los subsistemas: endógenos o propiamente turísticos; exógenos o integrantes del entorno turístico (política turística, economía turística y marco tecnológico); y el macroentorno o ambiente general cuya incidencia en el turismo es condicionante, pero que puede considerarse de modo más indirecto (economía general, infraestructuras básicas y capital humano). Algunos casos incluyen también elementos relativos a la demanda y centran su atención en la interrelación oferta-demanda.

Los modelos de desarrollo de destinos expresan la evolución de los destinos turísticos en base a enfoques de análisis urbanístico-geográficos, socio antropológicos o socioeconómicos (Santana, 2003) que incluyen nivel de espontaneidad o planificación de su desarrollo, grado de integración o no en términos de negocios, lógicas endógenas o exógenas en impulso del desarrollo, rapidez o gradualidad, dependencia o independencia de factores o agentes externos.

Los modelos de demanda incluyen clasificaciones y factores vinculados a cuestiones económicas (volumen y gasto turístico), geográficas (procedencia) y sociales (motivaciones y comportamiento) que representan los factores explicativos o determinantes de la demanda turística y del proceso de compra de viajes y las características y pronósticos de las dinámicas de flujos turísticos.

Los modelos de impacto evalúan, *ex ante* o *ex post*, los impactos que podría generar o que genera el desarrollo del turismo en los aspectos económicos, naturales, socioculturales y políticos.

En su conjunto, los modelos expuestos no son excluyentes entre sí, sino que contienen diversos aspectos que pueden complementarse para definir criterios y propiedades que posibilitan la descripción y/o la evaluación de un modelo turístico territorial concreto de manera más holística. Asimismo, presentan una perspectiva sectorial y limitada frente al escenario actual donde la sustentabilidad se ha convertido en uno de los principales valores del cambio de paradigma para los actuales modelos de desarrollo turísticos.

Desde la perspectiva ambiental, los nuevos marcos de análisis de ciudades sustentables posibilitan la lectura más integral del territorio turístico incorporando criterios de condiciones deseadas de sustentabilidad para el desarrollo del territorio que contiene, influye y es influenciado por el modelo de desarrollo del turismo.

Los modelos de ciudades sustentables (PNUMA, 2008; CAT-MED, 2009; BID, 2016) se focalizan en la búsqueda de eficiencia y habitabilidad urbana y se centran en el análisis de las condiciones de eficiencia metabólica, morfología, organización espacial y cohesión social, planteando para ello una serie de

indicadores que son aplicables directamente para la evaluación de condiciones deseadas para el desarrollo del turismo sustentable de destinos urbanos.

El desarrollo de un modelo territorial turístico competitivo supone: tener en cuenta a los recursos del territorio en la búsqueda de coherencia global; la implicación de los agentes e instituciones; la integración de los sectores de actividad en una lógica de innovación; la cooperación de los otros territorios y la articulación con las políticas regionales, nacionales, con el contexto global (Leader, 1999).

El análisis se basa en un enfoque de desarrollo local o endógeno centrado en las capacidades internas de los territorios que pueden vincularse a las dimensiones de la sustentabilidad que condicionan la competitividad del destino (Leader, 1999; Boisier, 1993).

Respecto de las capacidades se distinguen: la capacidad político-institucional relativa a la gestión del territorio para: diagnosticar una situación y definir una visión; formular, implementar, evaluar políticas y estrategias relevantes en relación con el modelo de desarrollo deseado; involucrar a los actores, negociar y concertar (hacia dentro y hacia fuera) y establecer relaciones con otros territorios y el resto del mundo. Dentro de estas capacidades se incluyen las denominadas capacidades funcionales (PNUD, 2009) necesarias para el desarrollo territorial.

La capacidad económico-tecnológica, que implica tener control sobre el proceso productivo y de apropiación y reinversión en el territorio, del excedente generado para producir y mantener el máximo de valor, mediante el refuerzo de los vínculos entre sectores y haciendo que la combinación de recursos constituya activos para valorizar el carácter específico de los productos y servicios locales, generando sus propios impulsos de cambio, capaces de provocar modificaciones cualitativas en el sistema productivo y favorecer su competitividad y capacidad de adaptación al cambio.

La capacidad ambiental, asociada a valorizar el entorno haciendo del mismo un elemento "distintivo" del territorio, garantizando al mismo tiempo la conservación y la renovación de los recursos naturales y patrimoniales.

La capacidad social de los agentes para actuar eficazmente de manera conjunta sobre la base de una concepción consensuada del proyecto y fomentada por una concertación entre los distintos niveles institucionales.

La capacidad cultural de la comunidad de identificarse con el territorio y con un proyecto de vida en común, vinculado a los sentimientos de pertenencia e identidad del lugar.

El desafío de la incorporación de los criterios de sustentabilidad en el desarrollo del territorio excede la mirada de la capacidad ambiental expuesta, asociada a los requerimientos de conservación de los recursos, y plantea la necesidad de considerar cuestiones como la equidad en el acceso, uso y distribución de los recursos, condiciones deseadas de calidad de vida vinculada a necesidades sociales, ambientales y turísticas actuales y futuras.

El territorio como espacio resignificado de especificidad e identificación local y factor protagónico del desarrollo requiere de una visión estratégica construida colectivamente en pos del aumento de la competitividad económica, la mejora de la equidad social, la sustentabilidad ambiental y con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes de una comunidad. Por lo cual, la transversalidad de este planteamiento, que requiere de todas las capacidades (político-institucionales, económico-tecnológicas, ambientales, sociales y culturales) vinculadas al desarrollo, implica la necesidad de asumir nuevos modelos de gestión integral que aborden la compleja integración de las dimensiones y sus relaciones.

## CONCLUSIÓN

La consideración del turismo como una práctica social colectiva con capacidad de generar actividad económica, requiere propiciar condiciones para crear y mantener el empleo y la riqueza de un lugar, aprovechando con eficiencia y de forma sustentable los recursos disponibles, escasos y no sustituibles. Entonces, es necesario que los factores que posibilitan la actividad turística se conserven en el largo plazo y que la prestación de los servicios y las actividades recreativas satisfagan las expectativas y necesidades de los turistas.

En este sentido, la investigación en curso propone una estrategia metodológica que plantea un estudio complejo de marco teórico-conceptual y de marco operativo que se encuadra en la premisa de obtener nuevos elementos de explicación de las diferentes dimensiones abordadas desde una gestión turística sustentable de los destinos consolidados.

La especificidad del espacio turístico, resultado de la transformación, la adaptación y la organización espacial dota al entorno de un significado para residentes y turistas, con un cierto nivel de intencionalidad. Esta intencionalidad es producto de un proceso interactivo y cambiante que da nuevos significados y valores al destino turístico.

El desarrollo turístico no depende exclusivamente de la ventaja de localización o de su riqueza patrimonial, sino que parece depender más de las estrategias seguidas por los actores que participan en la actividad turística: la

naturaleza y las características de las redes que forman en su actuación (Merinero, 2011). Por ello, el territorio turístico cumple un rol fundamental como sistema de integración versátil para las relaciones entre agentes económicos. Y es fundamental definir el rol que la dimensión local desempeña en la creación de un contexto de relaciones socio productivas susceptible de suministrar a los agentes involucrados un conjunto de recursos accesorios – de integración económica, cognitiva e institucional – para enfrentar los desafíos que demanda el actual escenario turístico.

Los procesos y dinámicas de transformación-adaptación-organización espacial otorgan al entorno un significado para los otros y para sí mismo, con un cierto nivel de intencionalidad que tiene como resultado un proceso interactivo que lo dota de diversos niveles de competitividad y de sustentabilidad.

Entonces la gestión de un destino turístico litoral consolidado, teniendo en cuenta que el uso y apropiación de los recursos (generalmente de naturaleza pública y de carácter marcadamente polifuncional) ocasiona tensiones, debe brindar soluciones que compatibilicen los distintos intereses. Por ello, cualquier intento de gestión turística ambiental demanda un manejo integrado dentro de un marco de ciudad sustentable.

En consecuencia, los aspectos centrales a operativizar son: primero, el manejo de los recursos para preservarlos en el tiempo tanto en términos de calidad como de reserva (stock). Segundo, la asignación y distribución equitativa del excedente (conflictos socio distributivos) porque de ellas se derivarán relaciones sociales específicas que tendrán un reflejo en las intervenciones espaciales. Y, por último, una nueva conceptualización del territorio que demanda, en el marco de un desarrollo sustentable, un análisis territorial entendido como un proceso estratégico para la construcción de vectores de valorización del territorio, donde la evaluación de la competitividad consiste en un proceso analítico sistemático de las capacidades del destino turístico.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, J. L. (2014). Actores, relaciones y estructuras: introducción al análisis de redes sociales. *Hologramática*, 20(2), 161-187.
- Aledo, A., Loloum, T., Ortiz, G., y García-Andreu, H. (2013). El turismo residencial internacional en el nordeste de Brasil: un análisis de partes interesadas. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 142(1), 3-23.
- Alonso, O. (2004). La lógica de los actores y el desarrollo local. *Revista Pilquen*, 6(6).

- Antón Clavé, S. (1998). La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 32, 17-43.
- Antón Clavé, S. (2010). Dinámicas de reestructuración de los destinos turísticos litorales del mediterráneo. Perspectivas y condicionantes. En *Renovación de destinos consolidados. XII Congreso Internacional de Turismo Universidad y Empresa*.
- Arizaga, S., Carraha, J., y Moris, R. (2018). El mapeo de actores. Una herramienta para la planificación integrada del territorio. Intervención. *Revista del Departamento de Trabajo Social de la Universidad de Alberto Hurtado*, 8.
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2016). Anexo de Indicadores. Guía Metodológica. Iniciativa de Ciudades Emergentes y Sostenibles. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/8132/Guia-Metodologica-Programa-de-Ciudades-Emergentes-y-Sostenibles-Tercera-edicion-Anexo-de-indicadores.pdf?sequence=1>
- Baños Castiñeira, C. J., Orozco, J.C. y Vera Rebollo, J. F. (1995). Turismo y organización del territorio: desajustes de un modelo de implantación y nuevas estrategias. *Cuadernos de geografía*, (58), 439-474.
- Bertoni, M., López, M. J. y Testa, J. (2016) La escala sustentable de los destinos turísticos. Revisión crítica de la capacidad de carga. En *Primeras Jornadas de Hábitat y Ambiente, IHAM, Universidad Nacional de Mar del Plata*.
- Bertoni, M., Maffioni, J., Testa, J., Faginas, V., López, M. J. y Bertolotti, M. I. (2017) Una aproximación teórica metodológica para proyectar una ciudad turística sustentable. En *VIII Jornadas de Economía Ecológica, Universidad Nacional de Rosario*.
- Blancas Peral, F. J., Casas, F. M. y Oyola, M. L. (2009). La localización espacial en la planificación del turismo rural en Andalucía: Un enfoque multicriterio. *Revista de estudios regionales*, (84), 83-113.
- Boisier, S. (1993). Desarrollo regional endógeno en Chile. ¿Utopía o necesidad? *Ambiente y desarrollo*, 9(2), 42-45.
- Bustos Cara, R. (2008). Teoría de la acción territorial. Acción turística y desarrollo. *Aportes y transferencias*, 12(1), 87-104.

- Byrd, E. T., Bosley, H. E. y Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703.
- Caro González, F. J., Acosta Guzmán, J. A., Orgaz Agüera, F., y Castellanos Verdugo, M. (2015). Turismo, desarrollo sostenible y percepción de los stakeholders. Un estudio de caso en República Dominicana. *Revista de Economía del Caribe*, 15, 153-182.
- CAT-MED (2009). *Modelos urbanos sostenibles. Metodología de trabajo y resultados*. Recuperado de: [http://www.catmed.eu/archivos/desc7\\_CatMed%20Esp-Eng.pdf](http://www.catmed.eu/archivos/desc7_CatMed%20Esp-Eng.pdf)
- De Oliveira Santos, G. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 16 (1), 96-108.
- FEDENATUR (2010). *Encuesta sobre las funciones sociales de los espacios naturales periurbanos*. Diputación de Barcelona: Barcelona.
- Fernández, R. (2009). Los modelos turísticos y los determinantes principales de los flujos turísticos internacionales. (Material de clase). Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.
- Figueroa González, L. F., Cavazos Arroyo, J. C., y Mayett Moreno, Y. (2015). Desarrollo de productos turísticos rurales sustentables. Propuesta y validación de expertos respecto a tres variables. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, (28), 115-139.
- Franco-Maass, S., Osorio-García, M., Nava-Bernal, G. y Regil-García, H. H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos: Parque Nacional Nevado de Toluca-México. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(2), 208-226.
- Iatu, C. y Bulai, M. (2011). New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia (Romania). *International Journal of Energy and Environment*, 5(2), 165-174.
- Leader, O. E. (1999). La competitividad territorial: construir una estrategia de desarrollo territorial con base en la experiencia de LEADER. *Cuadernos de Innovación en el Medio Rural*, 6(1).
- Leno, F. (1993): *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Dirección General: Madrid.

- Lopes Brenner, E. (2003). *El Reto de la conservación ambiental y la diversificación del turismo masificado de balneario: el diseño de una estrategia para Caldas Novas, Brasil*. Universitat Autònoma de Barcelona: España.
- López Zapata, L. V., Gómez Gómez, J. S., Spúlveda, W. M. y Ochoa Vélez, A. (2017). Propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística dentro de una ciudad. Estudio de caso en las ciudades de Medellín y Bogotá, Colombia. *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, (21), 71-89.
- Luque, A. M. (2003). La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza. *Cuadernos de Turismo*, 12, 131-149
- Machado Chaviano, E. L. y Hernández Aro, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Teoría y Praxis*, (4).
- Martínez Alier, J. (1997). Conflictos de distribución ecológica. *Revista Andina*, 29(1), 41-66.
- Merinero Rodríguez, R. (2011). Redes de actores y desarrollo turístico: estudio de casos en Portugal. *Revista de análisis turístico*, (11), 9-21.
- Merinero Rodríguez, R. (2015). La agenda de investigación del turismo mediante el análisis cuantitativo de redes Sociales (QSNA). *Cuadernos de Turismo*, (36), 269-294.
- Monteserrín Abella, O. (2007). *Turismo y desarrollo territorial: Los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio*. (Tesis Doctoral) Facultad de Geografía e Historia de la Universidad Complutense de Madrid, España.
- Morales Cortijo, G. I. y Hernandez Mogollón, J. M. (2011). Los stakeholders del turismo. *Tourism & Management Studies*, 1, 894-903.
- Moreno, E. y Pol, E. (1999). *Nociones psicosociales para la intervención y la gestión ambiental*. Monografías Socio-Ambientales, 14. Barcelona: Publicacions Universitat de Barcelona.
- Muñoz Criado, A. (2012). *Guía metodológica: estudio de paisaje*. Consellería de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente: España.
- Muñoz Mazón, A. I. (2012). Análisis relacional de sistemas turísticos: un marco de trabajo alternativo en el proceso de planificación turística. *Tourism & Management Studies*, (8), 55-64.

- Muñoz Mazón, A. y Fuentes Moraleda, L. (2013). La cooperación público privada en el ámbito de la promoción de los destinos. El análisis de redes sociales como propuesta metodológica. *Cuadernos de turismo*, (31), 199-223.
- Nasimba, C., y Cejas, M. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*, 10, 22-39.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*, (35), 335-357.
- Osorio García, M. (2010). Turismo masivo y alternativo distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*, (52).
- Prat Forga, M. J., y Cánoves, G. (2013). La centralidad de las administraciones públicas en las redes sociales del turismo industrial. Una comparación entre el Bages-Berguedà y el Haut-Rhin. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(4).
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). (2009). *Desarrollo de Capacidades: texto básico del PNUD*. Recuperado de: [https://www.undp.org/content/dam/undp/library/capacity-development/spanish/Capacity\\_Development\\_A\\_UNDP\\_Primer\\_Spanish.pdf](https://www.undp.org/content/dam/undp/library/capacity-development/spanish/Capacity_Development_A_UNDP_Primer_Spanish.pdf)
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (2008). *Metodología para la elaboración de los informes GEO Ciudades. Manual de Aplicación*. Recuperado de: <http://www.pnuma.org/deat1/pdf/metodologia-geociudadesv3.pdf>
- Pulido Fernández, J. I. (2010). Las partes interesadas en la gestión turística de los parques naturales andaluces. Identificación de interrelaciones e intereses. *Revista de estudios regionales*, (88), 147-175.
- Reyes Pérez, Ó., Vázquez Solís, V., Reyes Hernández, H., Nicolás-Caretta, M., y Rivera-González, J. G. (2012). Potencial turístico de la región Huasteca del estado de San Luis Potosí, México. *Economía, sociedad y territorio*, 12(38), 249-275.
- Ruano, M. (1999). *Eco urbanismo, entornos humanos sostenibles. 60 proyectos*. Editorial GG: Barcelona.
- Sánchez, J. (1991). *Espacio, Economía y Sociedad*. Barcelona: Siglo XXI de España Editores, S.A.

- Santana Turégano, M. Á. (2003). Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo el caso de Maspalomas (Gran Canaria). (Tesis Doctoral) Universitat Autònoma de Barcelona, España.
- Sheehan, L. R., y Ritchie, J. B. (2005). Destination stakeholders exploring identity and salience. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 711-734.
- Smith, S. L. (1994). The tourism product. *Annals of tourism research*, 21(3), 582-595.
- Solís Traperó, E. y Troitiño Vinuesa, M. Á. (2012). El paradigma de la red: bases para una nueva interpretación del territorio y de los procesos escalares de la urbanización. *BAGE*, (60).
- Soria Leyva, E. (2015). Estudio de las potencialidades turísticas con un enfoque sostenible. Un caso aplicado. *Anuario Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 6, 34-59.
- Talaya, Á. E. (2004). Modelos de la demanda turística en España: segmentación por países de procedencia. *Mediterráneo Económico*, 5.
- Testa, J., Bertoni, M. y Maffioni, J. (2017) Análisis de los ciclos de metabolismo urbano para una ciudad turística sustentable y competitiva. El caso de Miramar (Buenos Aires, Argentina). En *VIII Simposio Internacional y XIV Jornadas Nacionales de Investigación-Acción en Turismo*, Universidad Nacional de San Martín.
- Tomas, P. A. S. (1998). Los modelos de desarrollo turístico en el Mediterráneo. *Cuadernos de turismo*, (2), 7-24.
- USDA (2003) Rango de oportunidades recreativas. CIPAN, International Institute of tropical Forestry, USDA Forest Service.
- Vera, F. (1990). Turismo y territorio en el litoral mediterráneo español. *Estudios Territoriales*, 32, 81-110.
- Vera, F. (1997). *La articulación territorial del sistema turístico. Análisis territorial del turismo*. Editorial Ariel: Barcelona.
- Viñals, M. J. (2002). *Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales Serie Cuadernillos Técnicos*. Ministerio de Medio Ambiente: España.



## LA VULNERABILIDAD DE DESTINOS COSTEROS. DISEÑO DE INDICADORES PARA SU MEDICIÓN.

Hilda Puccio\*  
Nazarena Grana\*\*  
Georgina Marshall\*\*\*  
Sebastián Adaniya\*\*\*\*  
Ricardo Mansilla\*\*\*\*\*

Universidad de Morón

### CONTACTO

- \*  [0000-0001-7920-154X](https://orcid.org/0000-0001-7920-154X)  
 hpuccio@gmail.com
- \*\*  [0000-0003-3935-5354](https://orcid.org/0000-0003-3935-5354)  
 nazarenagrana@gmail.com
- \*\*\*  [0000-0003-3742-175X](https://orcid.org/0000-0003-3742-175X)  
 gmarshall@unimoron.edu.ar
- \*\*\*\*  [0000-0002-6654-2676](https://orcid.org/0000-0002-6654-2676)  
 adaniyasebastian@gmail.com
- \*\*\*\*\*  [0000-0003-2033-5863](https://orcid.org/0000-0003-2033-5863)  
 rrmansilla@gmail.com

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Puccio, H., Grana, N., Marshall, G.; Adaniya, S., Mansilla, R. (2019). La vulnerabilidad de destinos costeros. Diseño de indicadores para su medición. *Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 81-104.

Recibido: 15/11/2019

Aceptado: 25/11/2019

### RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo el diseño de un conjunto de indicadores descriptivos de la vulnerabilidad de los centros turísticos costeros del litoral atlántico de la Provincia de Buenos Aires. Tal objetivo es parte de una investigación mayor: *Cambio Climático y la Reducción de los Riesgos de Desastres en destinos Turísticos Costeros de la Provincia de Buenos Aires*. La Metodología de base, es la propuesta por el programa CAPRA Probabilistic Assessment Platform (BID-IDEA), pero adaptada a un territorio turístico. Como resultados se obtiene un instrumento para describir la vulnerabilidad de los destinos turísticos costeros expuestos al cambio climático, aportando dos variables e indicadores específicamente turísticos. Complementan al mismo un conjunto de mapas de riesgo de baja complejidad. Los indicadores específicos turísticos aportan nuevas mediciones para evaluar el territorio con aptitud turística.

### PALABRAS CLAVE

destinos turísticos costeros - cambio climático - riesgo - amenazas - vulnerabilidad

## THE VULNERABILITY OF COASTAL DESTINATIONS. DESIGNING INDICATORS FOR MEASUREMENT

Hilda Puccio\*

Nazarena Grana\*\*

Georgina Marshall\*\*\*

Sebastián Adaniya\*\*\*\*

Ricardo Mansilla\*\*\*\*\*

Universidad de Morón

### CONTACT

\*  [0000-0001-7920-154X](https://orcid.org/0000-0001-7920-154X)

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

\*\*  [0000-0003-3935-5354](https://orcid.org/0000-0003-3935-5354)

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

\*\*\*  [0000-0003-3742-175X](https://orcid.org/0000-0003-3742-175X)

 [gmarshall@unimoron.edu.ar](mailto:gmarshall@unimoron.edu.ar)

\*\*\*\*  [0000-0002-6654-2676](https://orcid.org/0000-0002-6654-2676)

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

\*\*\*\*\*  [0000-0003-2033-5863](https://orcid.org/0000-0003-2033-5863)

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

### Recommended citation style (APA 6ta ed.)

Puccio, H., Grana, N., Marshall, G.; Adaniya, S., Mansilla, R. (2019). La vulnerabilidad de destinos costeros. Diseño de indicadores para su medición. *Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 81-104.

Received: 15/11/2019

Accepted: 25/11/2019

### ABSTRACT

This paper aims to design a set of descriptive indicators of the vulnerability of the coastal tourist centers of the Atlantic coast of the Province of Buenos Aires. This objective is part of an investigation of Climate Change and Disaster Risk Reduction in Coastal Tourist Destinations of the Province of Buenos Aires. The methodology is the one proposed by the CAPRA Probabilistic Assessment Platform (IDB) program, but adapted to a tourist territory. As a result, an instrument is obtained to describe the vulnerability of coastal tourist destinations exposed to Climate Change, providing two specifically tourist variables and indicators. They complement a set of low complexity risk maps.

### KEYWORDS

coastal tourist destinations - climate change - risk - threats and vulnerability

## INTRODUCCIÓN

Los destinos turísticos que desarrollan el producto “sol y playa” tienen como principal atractivo el territorio de la franja costera. Se asientan sobre uno de los ambientes más frágiles como son los ecosistemas litorales (Verón y Barragán Muñiz, 2015), y cuya debilidad puede estar dada tanto por los procesos naturales que lo conforman como por las prácticas humanas (Merlotto y Bertola, 2007; Merlotto et al., 2017). A la debilidad existente en las zonas costeras se le suma las amenazas del cambio climático y el incremento del nivel del mar INM (IPCC, 2007).

El presente trabajo tiene como objetivo el diseño de un conjunto de indicadores descriptivos de la vulnerabilidad de centro turísticos costero con playas de planicie. Es parte de una investigación mayor que realiza el grupo INDICAT (Instituto de Investigaciones Científicas Aplicadas al Turismo) de la Universidad de Morón *Cambio Climático y la Reducción de los Riesgos de Desastres en destinos Turísticos Costeros de la Provincia de Buenos Aires. Una Relación entre las amenazas Naturales y la Vulnerabilidad de sus Poblaciones.*

Tal como se describe en el título es un estudio acerca de la vulnerabilidad tanto de las poblaciones de los centros turísticos expuestas a las amenazas naturales, como así también la vulnerabilidad de la oferta turística. Para ello se requiere de un instrumento que describa las vulnerabilidades de aquellos centros turísticos costeros de la Provincia de Buenos Aires, con playas planas como las de los partidos de la Costa, de Pinamar, de Villa Gesell y algunas de Necochea. Estas playas son afectadas consuetudinariamente por eventos extremos, siendo el más frecuente las sudestadas, con onda de tormenta por encima de 1,60 metros y de precipitaciones abundantes en menos de 48 horas, generando el proceso de erosión de las costas (García, 2011). La recomposición natural de las playas se produce por el respaldo de las dunas vivas (Codignotto et al, 1992). Sin embargo, el equilibrio natural se ve afectado desde hace 50 años por la intervención del hombre sobre estas, ya sea urbanizándolas, forestándolas o decapitándolas (Merloto et al, 2017). Si a la desaparición de los dunas se le suma la amenaza que un futuro cercano (predicciones acerca del Cambio Climático), el aumento del nivel del mar pudiendo llegar a los 4 centímetros (Barros, 2004), muchos de estos centros turísticos verían desaparecer las playas, principal recurso económico, de sus poblaciones. De producirse tales hechos se alteraría la vida de las personas, la economía, los sistemas sociales y el ambiente. El presente estudio se realiza desde la perspectiva de la relación Cambio Climático/Turismo, analizando la evolución del turismo frente a las contingencias que acarrea las variaciones climáticas. La producción académica del turismo ocupada en el estudio de estas contingencias, en ocasiones tratan al turismo como uno de los vectores del cambio climático y en otras como víctima de este (de Souza et al. 2016).

Como vector de la emisión de GEI (gases efecto invernadero) ocasionado por el transporte aéreo (IPCC, 1999; Gössling, 2000; Becken, 2002), transporte terrestre y el hotelaría (OMT, 2007; Peeters, y Dings, 2007). Pero por otro lado se la ve como una actividad económica impactada por el Cambio Climático (Smith, 1993) en el informe OMT Djerba (2003) declara, que el clima es un recurso para el turismo, por tanto, es un sector sensible a los efectos del cambio climático y del calentamiento global. Están los que consideran al clima como un activo del turismo y el determinante de la elección del lugar por parte de los viajeros (Smith 1993; Gómez Martín 2005; Gómez Martín 2017; Scott et al., 2008; Amelung et al. 2007). Están los que enfatizan la importancia que tiene el clima en la toma de decisión de compra de la demanda, ya sea de considerar al clima como un atractivo o, como factor de confort y comodidad (Moreno y Amelung, 2009). Otros miden la continuidad o no de los productos turísticos (sol y playa, esquí) cuando pierden su atractividad por los impactos del calentamiento global. (Moreno y Becken 2009; Scott et al. 2012; Koenig y Abegg, 2010). La pérdida de la atractividad determinaría cambios en la elección de destinos por parte de la demanda, (Torres Bagur et al. 2019:1.3; Morrison y Pickering, 2013; Núñez Gómez et al., 2016) cuyo resultado es la desaparición de los productos turísticos de referencia. Por tal razón otros autores (Gallego Galán 2016; Faulkner 2001; Aktas y Gunlu 2005) abordan el estudio de los destinos que sufren cambios (pausados o vertiginosos) observando la evolución del turismo en los diferentes ciclos de vida del producto.

Pero otros estudios abordan las temáticas de mitigación y adaptación, los primeros con clara orientación "turismo como vector" analizan las acciones necesarias para disminuir la emisión de gases de efecto invernaderos, a través de cambios en el comportamiento del sector, por ejemplo: usando menos energía fósil (Breceda, et al. 2007; Cadarso et al. 2015) o influyendo en el comportamiento de los turistas para que disminuyan la cantidad de viajes o alentando viajes de corta distancia (McKercher et al. 2010) y modificando las pautas de transporte (pasar del uso mayoritario del automóvil y el avión a un mayor uso del ferrocarril y el autobús).

El presente estudio se enmarca desde la perspectiva "Dimensión Humana del Cambio Global" (DHCG), la cual problematiza socialmente el tema de los desastres ocasionados por el Cambio Climático, adoptando el concepto construcción social del riesgo, afirmando que la materialización extrema del riesgo sólo, resulta comprensible en el contexto del sistema social afectado (J Curbet, 2003). La observación de la realidad señala que los desastres atribuidos puntualmente a la naturaleza en realidad son generados en gran parte por las prácticas sociales como degradación ambiental, urbanizaciones y crecimiento demográficos. Todos estos factores refieren a una situación de vulnerabilidad de las sociedades expuestas a las amenazas (Romero y Maskey, 1993:7). Se detecta ciertas ausencias de estudios de la vulnerabilidad

social particularizados en el turismo (Gallego Galán, 2016; Amer, 2009 y 2011), aunque algunos autores Scheyvens y Momsen (2008) estudian la vulnerabilidad como la mezcla de dependencia económica y fragilidad medioambiental de un destino turístico. Por otro lado el trabajo de Bramwell y Lane (2009), considera al turismo vulnerable a la recesión económica y al cambio climático.

Como se ha afirmado anteriormente, el impacto del calentamiento global en los destinos, presagian cambios en los mismos: tales cambios se traducirían en cambios en los productos turísticos. En el presente estudio se aborda el estudio de la vulnerabilidad no sólo ante los eventos extremos que generan variaciones disruptivas, sino también aquellos eventos que producen cambios graduales, generando una evolución de los ciclos del producto turístico. En los estudios de la vulnerabilidad de los destinos ante las amenazas y situaciones de riesgo se destacan las definiciones de Faulkner (2001) y Aktas y Gunlu (2005) que ante el carácter inesperado de los eventos (factor externo no controlable) se generan cambios sustanciales relacionados a la supervivencia o desaparición del destino.

Para los autores Scheyvens y Momsen (2008) definen a la vulnerabilidad como la mezcla de dependencia económica y fragilidad medioambiental de un destino turístico (factores endógenos controlables). Por su parte Rodríguez Toubes y Álvarez (2013), consideran la vulnerabilidad del turismo como una mayor y más amplia exposición al riesgo: tal afirmación orienta el diseño de los indicadores de vulnerabilidad social y turística en destinos costeros. Se quiere diseñar un conjunto de indicadores con capacidad de describir situaciones de riesgo frente amenazas: en su ayuda se recurre al diseño de mapas de riesgo como herramientas para identificar las áreas vulnerables. Los indicadores y mapas son herramientas utilizadas para diagnosticar situaciones de riesgo, y facilitar su reducción a través de implementar medidas de mitigación y/ o adaptación (Merlotto et al., 2017).

## **DESCRIPCIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DEL LITORAL ATLÁNTICO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES**

La Provincia de Buenos Aires cuenta con más de 1200 km de costa, siendo 16 partidos los que asientan en su territorio de los 134 en total que tiene la provincia. Estos partidos también denominados Municipios, constituyen la menor unidad de gestión político-administrativa de la Provincia y cada uno de ellos comprende varias ciudades, pueblos y localidades costeras que tienen al turismo como su principal actividad económica en algunos y en otros como actividad complementaria. De una u otra forma, la costa con sus playas constituyen el atractivo para desarrollar la actividad turística y como soporte material de la actividad de “sol y playa” (Puccio et al., 2017). Los partidos con playas

bajas y con cadenas de médanos de nordeste a sudoeste, son los Partidos de La Costa, de Pinamar y de Villa Gesell. Las playas del partido de Necochea tienen otra conformación, sin embargo las localizadas frente a la urbanización de la ciudad son amplias y de nivel bajo (Ver figura 1).

Estas playas arenosas tienen distintos regímenes de mareas y oleaje presentando en común problemas ambientales como la erosión de costas (Merlotto et al. 2017). También sus urbanizaciones impactan en el ambiente natural de sus costas cuando avanzan sobre los médanos, o cuando se realizan forestaciones de los mismos, o en el peor de los casos cuando se los decapita. En el caso del Partido de la Costa y el Villa Gesell a pesar de ser zonas de médanos y de playas amplias, se observa una marcada erosión debido a los problemas antes descritos; casi similar es el problema en el Partido de Pinamar, pero levemente corregido desde la gestión y el manejo del frente costeros (Puccio et al. 2017). En cambio, en Necochea cuyas playas del frente urbano son hoy muy amplias, a causa de las construcciones de las escolleras, (tienen hasta 280 metros de ancho) (Merlotto et al., 2014). Las pendientes de las playas de Partido de la Costa y de Pinamar son menores a las Villa Gesell y Necochea. La orientación de las costas frente a las tormentas denominadas sudestadas generan ondas de tormentas con mareas altas en lapsos muy corto de tiempo, impactando en las playas causando cambios en la morfología costa y el corrimiento de la línea de playa en los frentes urbanos de las poblaciones, ocasionando pérdidas y destrucción de equipamiento turístico e infraestructura urbana (Merlotto et al, 2014; Merlotto y Bértola, 2009; Merlotto et al., 2013).

**Figura 1.** Localización de los partidos de La Costa, Pinamar, Villa Gesell y Necochea en la provincia de Buenos Aires.



Fuente: elaboración propia sobre imagen satelital de Digital Globe (2/14/2018), accedida por BaseMap, Word Imagery de ArcGis/ArcMap

## DESCRIPCIÓN DE LOS CENTROS TURÍSTICOS DE PLANICIE DEL LITORAL ATLÁNTICO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

En el año 2018, la provincia de Buenos Aires recibió un total de 2.131.302 viajeros, concentrando casi el 50% de estas visitas en los meses de enero a abril (Ver Figura 2). La provincia cuenta con 1270 establecimientos (hoteleros y para-hoteleros), siendo el mes de enero el que aporta el máximo promedio de días de estadía (4.3 días) y también en el mismo mes se refleja la tasa de

ocupación con un 65.6%, y la más baja ocupación (19.7%) se da en el mes de junio.

**Figura 2.** Cantidad de turistas recibidos en el año 2018 por cuatrimestre, y total anual. Se observa que Villa Gesell cuenta con mayor cantidad de establecimien-

| Destino /Meses         | Enero a Abril    | %            | Mayo a Agosto  | %            | Septiembre a Diciembre | %            | Total            |
|------------------------|------------------|--------------|----------------|--------------|------------------------|--------------|------------------|
| Pinamar                | 156.091          | 53.78        | 46.590         | 16.05        | 87.535                 | 30.16        | 290.216          |
| Villa Gesell           | 243.505          | 71.43        | 32.707         | 9.59         | 64.670                 | 18.97        | 340.882          |
| <b>Total Provincia</b> | <b>1.037.519</b> | <b>49.04</b> | <b>392.628</b> | <b>18.55</b> | <b>685.422</b>         | <b>32.39</b> | <b>2.115.569</b> |

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta de ocupación hotelera del INDEC 2018.

tos (hoteleros y para-hoteleros) que Pinamar; independientemente de ello esta última cuenta con similar porcentaje de ocupación y estadía máxima, siendo enero el mejor mes para Pinamar y febrero el mejor para Villa Gesell. (Figura 3)

**Figura 3.** Establecimientos en los Partidos de Pinamar y Villa Gesell.

| Partido      | Establecimientos | Nivel máximo de ocupación (mes) | Promedio estadía en días (mes) |
|--------------|------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| Pinamar      | 199              | 67,2% (enero)                   | 4,7 (enero)                    |
| Villa Gesell | 391              | 68,2% (febrero)                 | 4,5 (enero)                    |

**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta de ocupación hotelera del INDEC.

Las localidades del partido de Pinamar (Pinamar, Ostende, Valeria del Mar y Cariló) están reconocidas por la calidad en materia de oferta turística, propia de los característica de los destinos sol y playa. Se caracterizan por recibir turistas de alto poder adquisitivo, que demandan determinados equipamientos y servicios tales como la existencia de canchas de golf. En cuanto a las unidades turísticas fiscales costeras (balnearios), el partido ha implementado el plan de reconversión del frente marítimo, que trajo una restructuración de estos, no solo reduciendo su tamaño sino también en sus materiales constructivos. Actualmente, la ciudad de Pinamar cuenta con 46 balnearios totalmente reconvertidos.

Forman parte del partido de Villa Gesell, las localidades de Las Gaviotas, Mar Azul, Mar de las Pampas y su ciudad cabecera homónima. Tiene una extensión de 285 km<sup>2</sup>, y su actividad económica principal es el Turismo, junto

con las actividades complementarias al mismo.

El partido de la Costa, cuenta con las localidades de San Clemente del Tuyú, de Las Toninas, de Costa Chica, de Santa Teresita, del Mar del Tuyú, de Aguas Verdes, de Lucila del Mar, de San Bernardo del Tuyú, de Mar de Ajó, de Nueva Atlantis, de Punta Médanos, y con la urbanización Costa Esmeralda. Ocupa una franja costera de 96 km de largo, siendo su ancho variable entre 2 km y 4 km (Partido de la Costa, s/f). Según el sitio oficial de turismo del Partido de la Costa este cuentan con 278 alojamientos, y 26 campings: se encuentran hoteles de 1 a 4 estrellas, hosterías, Apart hotel, hoteles sindicales, hospedajes, y tiempos compartidos. De todos los alojamientos registrados 23 de ellos cuentan el sello de calidad turística, programa que busca otorgar herramientas de gestión para la mejora continua buscando con ello fortalecer la oferta turística del destino y agregar valor a la cadena productiva de los servicios. (Partido de la Costa, s/f). Aunque el sitio no brinda la información de la cantidad de departamentos que existen para el alquiler a turistas, las 162 inmobiliarias con las que cuenta el partido, permite inferir que existen un gran número de ellos.

En cuanto a los atractores, el destino además las playas posee varios parques temáticos: como "Mundo Marino", "Termas Marina Park", "Laberinto Las Toninas", "Costa Salvaje", "Poseidón", entre otros: esto hace que su oferta de atractores creados o puestos en valor por el hombre sea extensa (Partido de la Costa, s/f). También en cuenta en Santa Teresita con un campo de Golf.

El Partido de Necochea se encuentra conformado por la ciudad homónima, Quequén, Juan Nepomuceno Fernández, Nicanor Olivera (conocida como La Dulce), Claraz y Ramón Santamarina con una extensión de 4791 km<sup>2</sup>. El Partido desarrolla al turismo como actividad complementaria a las actividades agropecuarias, a las pesqueras y las que son propia de un puerto (Quequén) de exportación de granos.

Según su sitio oficial de turismo, las ciudades de Necochea y Quequén cuentan en total con 44 alojamientos turísticos y 57 inmobiliarias (32 de ellas se especializan en el alquiler de veraneo).

El destino busca complementar su principal atractivo de playa con una agenda de actividades de baja temporada; por ejemplo en Junio realiza Necochea Tango.

## MARCO TEÓRICO

Desde la perspectiva teórica metodológica de la "construcción social del riesgo" se entiende por desastre al producto de la convergencia, en un

momento y lugar dado, de dos factores: riesgo y vulnerabilidad (Wilches Chaux 1993). Riesgo es cualquier fenómeno de origen natural o humano que signifique un cambio en el medio ambiente ocupado por una comunidad, que sea vulnerable a ese fenómeno por su incapacidad de “absorber”, mediante el autoajuste, los efectos de un determinado cambio en su medio ambiente (García, 2011; Cardona, 2003; Puccio et. al., 2017,p.381). Sintetizando el riesgo se lo entiende como consecuencias eventuales en situaciones en que algo de valor está en peligro y el desenlace es incierto, y se lo relaciona con la probabilidad de la ocurrencia de un desastre. El cual es una modificación del funcionamiento normal de una comunidad o una sociedad debido a fenómenos físicos peligrosos que interactúan con las condiciones sociales vulnerables, dando lugar a efectos humanos, materiales, económicos o ambientales desfavorables (Informe IPCC 2014: anexo glosario).

El RD (Riesgo de Desastres) se define por los factores que lo componen: las amenazas (naturales y antrópicas), la vulnerabilidad social, y la gestión del riesgo de desastres: todos ellos variables a estudiar.

*“RD” = Amenazas (A). Vulnerabilidad (V). Gestión del Riesgo de Desastres GRD*

En esa línea Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Instituto de Estudios Ambientales de la Universidad Nacional de Colombia- sede Manizales- (IDEA) diseñan el programa Probabilistic Assessment Platform (CAPRA), para el abordaje teórico metodológico del estudio probabilístico de la ocurrencia del riesgo de desastres en un lugar y tiempo determinado en 2005 y 2006 (BID IDEA para AR, 2016). La finalidad del programa es dimensionar la vulnerabilidad y el riesgo, empleando indicadores a escala nacional, para facilitar la toma de decisiones en la formulación de políticas públicas de cada país. Conforman al sistema cuatro componentes que reflejan los principales elementos que representan la vulnerabilidad y el desempeño de cada país en materia de gestión de riesgos de la siguiente manera:

a) El Índice de Déficit por Desastre (IDD), que refleja el riesgo del país en términos macroeconómicos y financieros ante la probabilidad de ocurrencia de eventos catastróficos, cuyos efectos deberían ser subsanados con la capacidad financiera con que cuenta el país, evaluando el hipotético impacto en función del tiempo de exposición al evento.

b) El índice de Desastres Locales (IDL). Trata a los riesgos generados por eventos climáticos que afectan al territorio a nivel local en forma crónica. Este tipo de eventos alteran a los estratos socioeconómicos más frágiles de la población.

c) El Índice Vulnerabilidad Prevalente (IVP), refiere a la vulnerabilidad

socio económica y a la falta de resiliencia social de las comunidades.

d) El Índice de Gestión de Riesgo (IGR), es un conjunto de indicadores relacionados con el desempeño de la gestión de riesgos de tal territorio o país que reflejan su organización, capacidad, desarrollo y acción institucional para reducir la vulnerabilidad, reducir las pérdidas, prepararse para responder en caso de crisis y de recuperarse con eficiencia.

Para describir la vulnerabilidad turística desde la perspectiva social se describe la evolución del turismo en los destinos afectados analizando el " ciclo de vida de un producto turístico" que tiene como principal referente a Butler (2011), pero adaptado a los estudios de vulnerabilidad turística de Gallego Galán (2016). El modelo entiende por vulnerabilidad de los destinos turísticos como el grado de dependencia y concentración de los factores endógenos definidos a lo largo de la evolución del destino. Componen a la vulnerabilidad turística, por un lado, la "sensibilidad ante una amenaza" cuya variable de estudio es la concentración y, por otro, está el factor "falta de adaptación ante una amenaza", cuya variable lo constituye la dependencia. De forma tal que, a mayor concentración de la actividad, mayor sensibilidad frente a amenazas; y cuanto más dependiente es el destino de la actividad turística mayor es la imposibilidad de adaptarse a los cambios.

Este escrito en particular está enfocado en el diseño de aquellos indicadores de, vulnerabilidad prevalente local, vulnerabilidad turística y gestión del riesgo en destinos turísticos costeros de la provincia de Buenos Aires expuestos y amenazas tanto consuetudinarias o extraordinarias.

## **METODOLOGÍA**

El presente informe se estructura en derredor del diseño de los indicadores para Factor Amenazas (IDL), Factor Vulnerabilidad Prevalente (IVP) y Factor Gestión del Riesgo (IGR). Estos están pensados para observar y describir los factores de riesgo de desastres en destinos turísticos costeros con playas de planicies, centrando la atención en la vulnerabilidad social y la vulnerabilidad turística en los Partidos de la Costa, Pinamar, Villa Gesell y Necochea.

Se diseñan un conjunto de instrumentos para la observación y recolección de datos; lo componen un conjunto de "matrices de datos" que representan el comportamiento del objeto real (Samaja, 2004, p.184). En estas matrices el dato expresa la traducción de la experiencia espontánea a una descripción científica, es una construcción compleja que, por consecuencia, posee una estructura: la misma es su contenido formal invariable, la cual está conformada por la Unidad de Análisis (UA), las Variables (V), el valor (R) e Indicadores (I)

(Sajama op cit, p. 178). El anclaje de cada matriz se formaliza en una UA, que en este caso son dos, una para Factor Amenazas (Figura 4), y otra para el Factor Vulnerabilidad (Figura 5). En cada una de ellas y en simultáneo, se especifica las V que conforman cada factor, se formulan los I y su UA (dimensión y procedimiento)

**Figura 4.** Unidad de Análisis. Factor Amenazas. Índice Desastre Local.

| Cambio Climático y Riesgo |             |                        |                        |
|---------------------------|-------------|------------------------|------------------------|
| Temas                     | Subtemas    | Indicador              | Unidad de medida       |
| Desastres                 | Índice Des. | Personas Fallecida (K) | 1-100 valor menor 0-20 |
| Locales                   | Locales     | Personas Afectadas (A) | 1-100 valor menor 0-20 |
|                           |             | Pérdidas Locales (L)   | 1-100 valor menor 0-20 |

Fuente: elaboración propia en base a "DesInventar Inventory system of the effects of disasters".

La información requerida en general se obtiene en diversas fuentes secundarias y fuentes primarias, estas últimas con el trabajo de campo y de gabinete. Las pesquisas requeridas en esta metodología se sustentan en la percepción individual y colectiva, obteniéndose datos en algunos casos numéricos y en otros cualitativos. La metodología de DesInventar Inventory system of the effects of disasters consiste en registrar las cifras de personas fallecidas (K), personas afectadas (A) y pérdidas económicas (L) en los partidos afectados por eventos tales como inundaciones y tormentas. Cada IDL va de 0 a 100 y el IDL total es la suma de los tres componentes, lo que significa que varía de 0 a 300: cuando los valores son muy altos, refleja que la vulnerabilidad y las amenazas son generalizadas en el territorio.

La información requerida para indicar situaciones de vulnerabilidad social de las comunidades de los Partidos de la Costa, Pinamar, Villa Gesell y Necochea expuestas a las amenazas se obtiene en parte de la base de datos del Instituto Nacional de Estadística de Argentina (INDEC) y del Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires entre otros. En la variable Exposición y Susceptibilidad se recomienda utilizar el Índice de peligrosidad de Merlotto y Bértola (2017) que mide: geomorfología costera, ancho de playa, pendiente de playa frontal, granulometría de los sedimentos de playa frontal, amplitud máxima de marea, altura media de ola en rompiente, tipo de rompiente, orientación de la costa frente a Sudestadas y tasa de erosión o acreción. La información de otros indicadores tales como crecimiento urbano, crecimiento poblacional, densidad de la población, fuentes secundarias como las bases de datos INDEC, Ministerio de Economía Provincia de Buenos Aires y trabajo gabinete.

Para describir la Aptitud Turística del Territorio se elabora un mapa de

riesgo de baja complejidad en el cual se grafican los territorios ocupados por el hotelería, residencias secundarias y principales, el área de esparcimiento y servicios turísticos con la información del Código de Ordenamiento Urbano (COU). La aptitud turística del territorio es el indicador necesario para describir en qué fase se está transitando del ciclo de vida del producto sol y playa, el cual refiere a la vulnerabilidad turística indicando la existencia o no de la *concentración*: a mayor concentración mayor sensibilidad al Cambio Climático y mayor vulnerabilidad.

La Variable Fragilidad Socioeconómica se utiliza indicadores como Pobreza, Desigualdad Social, Población Vulnerable Dependiente, Desempleo, con información de fuentes secundarias (INDEC 2010). En el presente estudio, el indicador Dependencia Económica del Turismo se visualiza diseñando un mapa de riesgo en base al COU, en el cual se grafican la ocupación del territorio de todos los elementos que hacen a la actividad turística. También utilizando el recurso del mapa se resuelve el Indicador Degradación Antropogénica del Suelo. Este indicador juntamente con IDH Índice Desarrollo Humano (2004) el número de camas (Ministerio de Salud Provincia de Buenos Aires 2012), brindan información para la Variable Falta de Resiliencia.

Figura 5. Unidad de Análisis. Factor Vulnerabilidad.

| Unidad de Análisis                   | Variable                           | Indicador                                | Unidad de Medida                      |
|--------------------------------------|------------------------------------|--|---------------------------------------|
| Vulnerabilidad Prevalente            | Exposición y Susceptibilidad       | ES1 Crecimiento Poblacional              | Tasa promedio anual %                 |
|                                      |                                    | ES2 Crecimiento urbano                   | Tasa promedio anual %                 |
|                                      |                                    | ES3 Densidad Población                   | Personas por área (5km <sup>2</sup> ) |
|                                      |                                    | ES4 Porcentaje población Pobre.          | Ingresos menores a USD1               |
|                                      |                                    | ES5 Stock de Capital.                    | Mil \$U/100 km <sup>2</sup>           |
|                                      |                                    | ES6 Valor de Expor bienes y servicios    | En % del PBI                          |
|                                      |                                    | ES7 Inversión fija interna del gobierno. | % del PBI                             |
|                                      |                                    | ES8 Territorio con aptitud turística.    | % del área del suelo                  |
|                                      | Fragilidad Socioeconómica          | FS1 Índice de pobreza humana             | HPI-1.                                |
| FS2 Población Vulnerable dependiente |                                    | Población capoid. Trab.                  |                                       |
| FS3 Desigualdad Social               |                                    | Índice de Gini.                          |                                       |
| FS4 Desempleo                        |                                    | % fuerza total trabaj.                   |                                       |
| FS5 Inflación                        |                                    | Costo alimentos % anual.                 |                                       |
| FS6 Dependencia económica del Tmo.   |                                    | En % anual                               |                                       |
| FS7 Servicio de la deuda             |                                    | % del PBI                                |                                       |
| FS8 Degradación antropog. del suelo  |                                    | Glasod                                   |                                       |
| Falta de resiliencia                 | FR1 Índice de desarrollo humano    | [INV]                                    |                                       |
|                                      | FR2 IDH por genero                 | [INV] GD                                 |                                       |
|                                      | FR3 Gasto social                   | [INV]                                    |                                       |
|                                      | FR4 Índice de gobernabilidad       | [INV] Kaufman                            |                                       |
|                                      | FR5 Seguros infraest y vivienda    | [INV]                                    |                                       |
|                                      | FR6 Televisores por cada 1000 hab  | [INV]                                    |                                       |
|                                      | FR7 Camas hosp / 1000 hab          | [INV]                                    |                                       |
|                                      | FR8 Índice sostenibilidad ambital. | ESI [INV]                                |                                       |

Fuente: Elaboración propia en base a CAPRA Probabilistic Assessment Platform, en BID IDEA para AR (2016).

Este indicador juntamente con IDH Índice Desarrollo Humano (2004) el número de camas (Ministerio de Salud Provincia de Buenos Aires 2012), brindan información para la Variable Falta de Resiliencia.

Para el Factor Gestión del Riesgo (Figura 6) se deben identificar las distintas políticas públicas relacionadas con la erosión de costas, ordenamiento urbano ambiental, resguardo ambiental, calidad de vida de los habitantes (planes, programas, ordenanzas y proyectos) implementada desde el año 2008 al 2018. Se analizan los

textos a través de la técnica “análisis de contenidos de los textos” asistido por el programa ATLAS’TI. Para ello se identifican signos semánticos y se los clasifican “por los temas” o “categorías” (López Aranguren, 2015: p.464-465) tratados en los textos de aplicación de las políticas públicas.

**Figura 6.** Matriz de Análisis de textos

| Matriz de análisis de texto |            |                     |                        |
|-----------------------------|------------|---------------------|------------------------|
| Unidad de observación       | Categorías | Conceptos generales | Conceptos particulares |

Fuente: Elaboración propia

Para la elaboración de los mapas de riesgo se requieren diferentes niveles de información geográfica obtenida de fuentes secundarias y de trabajo de campo, denominadas “capas temáticas”. Las capas a utilizar son: Límite de Provincial (Vectorial-polígono, INDEC 2010). Límite de Partido (Vectorial-polígono, INDEC 2010), Ejes de calles (Vectorial-línea, INDEC 2010) Censo 2010 (Vectorial-polígono, INDEC 2010) y Código de Ordenamiento Urbano Ambiental de los Partidos involucrados en el estudio. Debido a la ausencia de mapas satelitales adecuados se recomienda combinar diferentes técnicas de observación geográfica; tal el caso de graficar la hotelería. Para ello se localizan manualmente cada hotel en un mapa y luego se articulan con mapas satelitales. Para el análisis “situación de las playas” se recomienda la utilización de fotografías aéreas juntamente con las satelitales (Instituto Geográfico Nacional) para describir la evolución y situación actual de las costas de los lugares estudiados en un lapso de los últimos 50 años.

## RESULTADOS

### *Diseño de indicadores de vulnerabilidad turística*

La matriz de análisis para la vulnerabilidad social prevalente, en su dimensión “Exposición y susceptibilidad” comprende la Variable Territorio con Aptitud Turística, sus indicadores dan cuenta de la vulnerabilidad turística medida en los cambios del atractivo costas y playas, y de la concentración de la actividad en el territorio de los Hoteles, las segundas residencias y los territorios con servicios (Ver Figura 7). Los indicadores antes descriptos llevados a mapas permiten visualizar las situaciones de vulnerabilidad cuando se carece de información en fuentes secundarias, por ejemplo en la Vulnerabilidad del atractivo costero, aplicado al Partido de Pinamar (ver Figura 8) para el cual no existen los datos duros. En la imagen se ve con claridad el achicamiento de las playas y desaparición de médanos por la urbanización y la forestación, un proceso que va de 1962 al 2018. También con el diseño de mapas, con

la información de los COU, es posible visualizar el territorio soporte de la actividad turística, como el hotelería, las segundas residencias y los servicios en general (Ver Figura 9, en el caso de Pinamar).

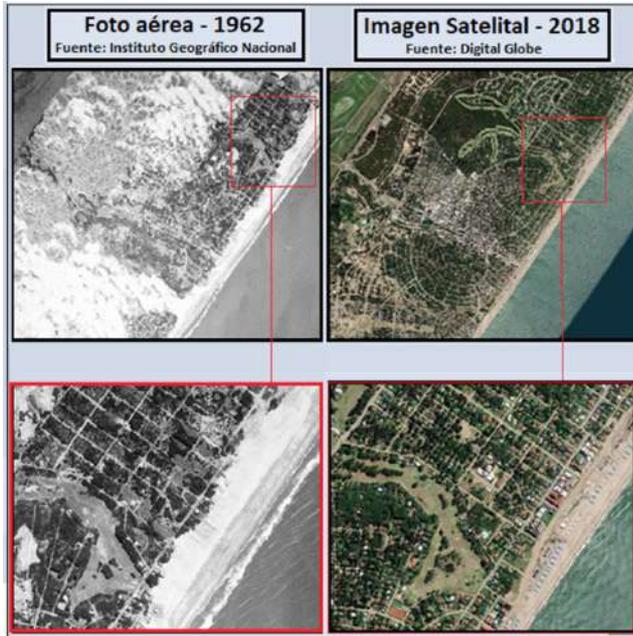
**Figura 7.** Indicadores del territorio con aptitud turística.

| Lista de indicadores      | Cambio Climático y Riesgo     |                                  |                            |                            |
|---------------------------|-------------------------------|----------------------------------|----------------------------|----------------------------|
|                           | Tema                          | Subtema                          | Indicador                  | Unidad de medida           |
| Vulnerabilidad Prevalente | • Exposición/ susceptibilidad | Territorio con aptitud turística | VPEST1                     | % área del suelo           |
|                           |                               |                                  | VPEST2                     | % ocupación superficie ttl |
|                           |                               |                                  | VPEST3                     | % área de suelo (INDEC)    |
|                           |                               |                                  | Camas hoteleras % ocupadas |                            |
|                           |                               |                                  | Segundas residencias       |                            |

Fuente: elaboración propia.

En la descripción de la Vulnerabilidad Prevalente, en su dimensión Fragilidad Socioeconómica se diseñaron tres indicadores, dependencia laboral del turismo, posibilidad de crecimiento urbano y un tercero que todavía no

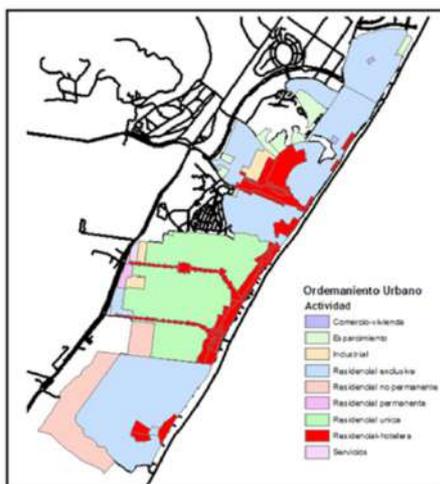
**Figura 8.** Evolución Urbanización en costa en Pinamar: 1962-2018.



Fuente: elaboración propia en base a IGM y Digital Globe.

se posee información porque Argentina no cuenta con Cuentas satélites del turismo, la participación anual de la actividad en el PBI (Ver Figura 10). Los tres indicadores descriptos anuncian otro aspecto de la vulnerabilidad turística: la dependencia de la comunidad de los ingresos generados por la actividad turística.

**Figura 9.** Ordenamiento urbano según actividad en Pinamar.



Fuente: elaboración propia.

**Figura 10.** Indicadores de Fragilidad Socioeconómica basados en dependencia laboral del turismo y crecimiento poblacional y participación en el PBI.

| Cambio Climático y Riesgo |  |  |  |                            |
|---------------------------|--|--|--|----------------------------|
|                           | Tema   | Subtema  | Indicador  | Unidad de Medida           |
| Lista de indicadores      | Vulnerabilidad Prevalente<br>• Fragilidad Socioeconómica | Dependencia económica de la actividad turística. | VPFST1<br>Dependencia crecimiento del PBI del Turismo. | % porcentaje anual (INDEC) |

Fuente: elaboración propia.

## CONCLUSIÓN

De lo expuesto a lo largo de este trabajo permite arribar a las siguientes conclusiones:

De los estudios sobre la relación cambio climático y turismo, si bien desde

1990 existe una vasta producción académica sobre la relación, estas suelen ser muy homogéneas en su estudio. En línea general se estudia por sus causas o por sus efectos del Cambio Climático en la actividad del turismo: en la dimensión causas, están los estudios que tienen al turismo como emisor de gases de efecto invernadero (vector) y cuáles serían los procesos de mitigación que debería realizar para bajar la emisión, mientras que en la dimensión impactos, están los estudios centrados puntualmente en la posibilidad de pérdida de demanda turística por transformación o pérdida de los atractores. Tal es el caso de las playas que desaparecerían, si se cumpliera el vaticinio del aumento del Nivel Medio del Mar. Este tipo de estudios en su mayor parte se ocupan de describir la geomorfología de las costas, predominando aquellos que tratan la erosión de las costas. Cuando se analizan las causas, se le adjudica al turismo el rol de promotor o causante de procesos de urbanización no responsable con el medioambiente. Tampoco abundan los estudios acerca de la dependencia de las comunidades del turismo y de los planteos acerca del futuro de ellas en caso de desaparecer el atractor y por ende la demanda. En autores argentinos como Merlotto, Bertola (2017) e Isla se ocupan de la vulnerabilidad de centros turísticos costeros privilegiando el estudio geomorfológico, y en menor grado de la vulnerabilidad social y reconocen el posible perjuicio del aumento del Nivel Medio del Mar en el equipamiento turístico, pero no han diseñado un indicador y una metodología para evaluación.

La propuesta del presente trabajo de diseñar un conjunto de indicadores descriptivos de la vulnerabilidad de los destinos turísticos costeros de la provincia de Buenos Aires, tanto en la dimensión socioeconómica, como la dimensión vulnerabilidad turística. Tal diseño se realizó escasamente porque no se cumplió con una de los requerimientos básicos de todo indicador que es disponer de información accesible. El modelo CAPRA BID IDEA conformado por indicadores cuanti y cualitativos, resultó ser muy ambicioso para la información de fuentes secundarias disponible en Argentina y puntualmente en los ámbitos locales de los partidos aplicados, debiendo recurrir para poner a prueba el instrumento al diseño de mapas de baja complejidad para obtener un acercamiento o una identificación a situaciones de vulnerabilidad social y turística de los destinos elegidos. Se aclara que se identificaron situaciones de vulnerabilidad” y no se ponderaron ya que tal operación requieren información fidedigna y actualizada. La mayor parte de la información requerida no cumple con el requisito. La gran mayoría surge de la información censal de Argentina (la de referencia es la 2010): por ejemplo para desarrollar la Variable “vulnerabilidad falta de resiliencia”, requiere datos del indicador de desarrollo Humano para los partidos de la provincia de Buenos Aires, y solo está disponible IDH anexo partidos provinciales del IDH 2004. Para describir el riesgo de Desastres según el Marco Teórico, se relacionan el Factor Amenaza con el Factor Vulnerabilidad: en el caso de Pinamar, Villa Gesell y Municipio de la Costa la información de DesInventar registra que con las amenazas naturales

(sudestadas) habidas en el período 1975 al 2015, el peligro es bajo, según número de muertes y pérdidas materiales y que coincide cuando se relaciona este dato con la línea de pobreza (Necesidades básicas insatisfechas NBI) que resulta bajo por ejemplo, el partido de Pinamar ocupa el puesto n° 40 de entre los 135 partidos provinciales restantes. Sin embargo, por otro lado, el partido cuenta con 8.205 hogares de los cuales 66 no tienen techo de material y sus paredes inexistentes, pero las noticias de diarios locales sí registran la pérdida de la totalidad de ellas: existen contradicciones entre la información Desinventar y Diarios Locales. También se debe remarcar que la información Desinventar no registra la erosión de las playas y la destrucción del equipamiento turístico causado por la repetición consuetudinaria de las sudestadas, las cuales dan cuenta de la modificación de los componentes del producto sol y playa.

No obstante, las dificultades encontradas para obtener información, cabe destacar que este trabajo representa una de las primeras aproximaciones para describir y, quizás perfeccionándola, calcular la vulnerabilidad local y la vulnerabilidad turística de los destinos turísticos costeros ante el incremento del mar. Y no menos importante, a través del diseño de los indicadores para dos variables como la Variable “Territorio de Aptitud Turística” que dan cuenta de la concentración y la Variable Dependencia Socioeconómica del Turismo

Los resultados a obtener a través de la implementación y ejecución de este modelo de Indicadores de Vulnerabilidad de destinos turísticos costeros facilitarían el diagnóstico para la gestión de acciones de adaptación al Cambio Climático y la posible perdurabilidad o rehabilitación de los productos turísticos de los destinos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aktas, G. y Gunlu, E.A. (2005). *Crisis management in tourist destinations*. En Theobald, W.F. (Ed.) *Global Tourism* (3ª ed.), pp. 440-457. Amsterdam: Elsevier.
- Amelung, B.; Nicholls, S. & Viner, D. (2007). *Implications of Global Climate Change for Tourism Flows and Seasonality*. *Journal of Travel Research* 45(3): pp.285-296. Recuperado el 08/04/2018 en: [https://www.researchgate.net/publication/249701105\\_Implications\\_of\\_Global\\_Climate\\_Change\\_for\\_Tourism\\_Flows\\_and\\_Seasonality](https://www.researchgate.net/publication/249701105_Implications_of_Global_Climate_Change_for_Tourism_Flows_and_Seasonality)
- Amer, J. (2011). *Políticas públicas y vulnerabilidad social en destinos turísticos maduros. El estudio de caso del consorcio de la platja de Palma*. *Revista de Investigaciones Turísticas*, 3: 31-50.

- Amer, J. (2009). *Los debates sobre la percepción social del turismo en las Islas Baleares*. Nimbus 23-24: 5-23.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2016). *Indicadores de Riesgo de Desastre y de Gestión de Riesgos*. Programa para América Latina y el Caribe, División de Medio Ambiente, Desarrollo Rural y Gestión del Riesgo de Desastres (INE/RND) NOTA TÉCNICA N° IDB-TN-765 Argentina. Recuperado el 15/10/2018 en: [https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7279/Nota\\_Tecnica\\_Indicadores%20GRD%20Argentina\\_v5.pdf?sequence=1](https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/7279/Nota_Tecnica_Indicadores%20GRD%20Argentina_v5.pdf?sequence=1)
- Barros, V. (2004). *Vulnerabilidad, Cambios Climáticos e Hidrológicos*. Número de casos con precipitaciones mayores a 100 mm en 48 horas en el centro-este de la Argentina. Proyecto Agenda Ambiental Regional, Mejora de Gobernabilidad para el Desarrollo Sustentable ARG /.
- Bramwell, B. y Lane, B. (2009). *Economic cycles, times of change and sustainable tourism*. Journal of Sustainable Tourism, 17 (1): 1-4.
- Breceda, M.; Rincón, R. y Santander, L. (2007). *Uso de energía alternativa en los desarrollos turísticos del Caribe*. Revista Teoría y Praxis, V 3: 161-171. Recuperado el 14/03/2019 en: [https://www.researchgate.net/publication/28291401\\_Uso\\_de\\_energia\\_alternativa\\_en\\_los\\_desarrollos\\_turisticos\\_del\\_Caribe](https://www.researchgate.net/publication/28291401_Uso_de_energia_alternativa_en_los_desarrollos_turisticos_del_Caribe)
- Butler, R. W. (2011). *Tourism area life cycle*. Contemporary Tourism Reviews series. 1-33.
- Cadarso, M. A.; Gómez, N.; López, L.A.; Tobarra, M. y Zafrilla, J. (2015). *Quantifying Spanish tourism's carbon footprint: the contributions of residents and visitors. A longitudinal study*, Journal of Sustainable Tourism, V 23: 922-946. Recuperado el 20/03/2019 en [https://www.researchgate.net/publication/276062127\\_Quantifying\\_Spanish\\_tourism's\\_carbon\\_footprint\\_the\\_contributions\\_of\\_residents\\_and\\_visitors\\_A\\_longitudinal\\_study](https://www.researchgate.net/publication/276062127_Quantifying_Spanish_tourism's_carbon_footprint_the_contributions_of_residents_and_visitors_A_longitudinal_study)
- Cardona, O. (2003). *The Need for Rethinking the Concepts of Vulnerability and Risk from a Holistic Perspective: A Necessary Review and Criticism for Effective Risk Management*. In: Mapping Vulnerability: Disasters, Development and People, Earthscan, London, 254. Recuperado el 20/03/2019 en [https://www.researchgate.net/publication/254267457\\_The\\_Need\\_for\\_Rethinking\\_the\\_Concepts\\_of\\_Vulnerability\\_and\\_Risk\\_from\\_a\\_Holistic\\_Perspective\\_A\\_Necessary\\_Review\\_and\\_Criticism\\_for\\_Effective\\_Risk\\_Management1](https://www.researchgate.net/publication/254267457_The_Need_for_Rethinking_the_Concepts_of_Vulnerability_and_Risk_from_a_Holistic_Perspective_A_Necessary_Review_and_Criticism_for_Effective_Risk_Management1)

- Codignotto, J. O.; Kokot, R. R. y Marcomini, S. C. (1992). *Neotectonism and Sea - Level Changes in the Coastal Zone of Argentina*. Journal of Coastal Research. 8 (1), pp. 1-9. Recuperado el 21/11/2018 en <https://journals.flvc.org/jcr/article/view/78661/0>
- de Souza Melo, R.; Lira Monteiro, M. y Santos Brito, A (2016) Emisiones de Dióxido de Carbono de los visitantes de una UC La Unidad de Conservación APA del Delta de Parnaíba (Piauí, Brasil) en Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 25 (4) :502 – 5193/001. Buenos Aires, Argentina.
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. Tourism Management, Vol. 22 (2), 135–147.
- Gallego Galán, I. (2016) Tesis Vulnerabilidad de los destinos turísticos Propuesta de un Sistema de indicadores para su gestión. Recuperado el 12/01/ 2019 en [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10344/TD\\_Gallego\\_Galan.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10344/TD_Gallego_Galan.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gómez Martín, M.B. (2005). Weather, climate and tourism: a geographical perspective. Annals of tourism research. Vol. 32, pp. 571-591. Recuperado el 08/11/2018 en [https://www.researchgate.net/publication/278231094\\_Weather\\_climate\\_and\\_tourism\\_-\\_A\\_geographical\\_perspective](https://www.researchgate.net/publication/278231094_Weather_climate_and_tourism_-_A_geographical_perspective)
- Gómez Martín, M.B. (2017). Retos del turismo español ante el cambio climático. Investigaciones Geográficas, (67), 31-47. Recuperado el 20/03/2019 en [https://www.researchgate.net/publication/318100303\\_Gomez\\_Martin\\_M\\_Belen\\_2017\\_Retos\\_del\\_turismo\\_espanol\\_ante\\_el\\_cambio\\_climatico\\_Investigaciones\\_Geograficas\\_67\\_pp\\_31-47](https://www.researchgate.net/publication/318100303_Gomez_Martin_M_Belen_2017_Retos_del_turismo_espanol_ante_el_cambio_climatico_Investigaciones_Geograficas_67_pp_31-47)
- Gössling, S. (2000). *Sustainable Tourism Development in Developing Countries: Some Aspects of Energy Use*. Journal of Sustainable Tourism 8(5):410-425. Recuperado el 14/03/2019 en [https://www.researchgate.net/publication/249023782\\_Sustainable\\_Tourism\\_Development\\_in\\_Developing\\_Countries\\_Some\\_Aspects\\_of\\_Energy\\_Use](https://www.researchgate.net/publication/249023782_Sustainable_Tourism_Development_in_Developing_Countries_Some_Aspects_of_Energy_Use)
- Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (2007) *Cambio climático 2007: Informe de síntesis*. Contribución de los Grupos de trabajo I, II y III al Cuarto Informe de evaluación del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático [Equipo de redacción principal: Pachauri, R y Reisinger, A. (directores de la publicación)]. IPCC, Ginebra, Suiza, 104 págs. Recuperado el 23/08/2017 en [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ar4\\_syr\\_sp.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ar4_syr_sp.pdf)

- Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (2007) (2013). *Climate Change 2013: The Physical Science Basis*. Informe de Síntesis. pp. 1-176. Recuperado el 03/03/2019 en [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/WG1AR5\\_all\\_final.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/WG1AR5_all_final.pdf)
- Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (2007) (2014 a): Anexo II: Glosario [Mach, K.J., S. Planton y C. von Stechow (eds.)]. En: Cambio climático 2014: Informe de síntesis. Contribución de los Grupos de trabajo I, II y III al Quinto Informe de Evaluación del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático [Equipo principal de redacción, R.K. Pachauri y L.A. Meyer (eds.)]. IPCC, Ginebra, Suiza, págs. 127-141. Recuperado 02/05/ 2016 Disponible en [https://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/syr/AR5\\_SYR\\_glossary\\_ES.pdf](https://www.ipcc.ch/pdf/assessment-report/ar5/syr/AR5_SYR_glossary_ES.pdf)
- Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (2007) (2014b). *Cambio Climático 2014*. Informe de Síntesis. :1-176. Recuperado el 03/03/2019 en [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/SYR\\_AR5\\_FINAL\\_full\\_es.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/SYR_AR5_FINAL_full_es.pdf)
- Instituto Geográfico Nacional. Recuperado 10/07/2019 en [www.ign.gob.ar](http://www.ign.gob.ar)
- Koenig, U. y Abegg, B. (2010) *Impacts of Climate Change on Winter Tourism in the Swiss Alps*. Journal of Sustainable Tourism, 5: 1, 46-58. Recuperado el 03/12/2018 en [https://www.researchgate.net/publication/249023876\\_Impacts\\_of\\_Climate\\_Change\\_on\\_Winter\\_Tourism\\_in\\_the\\_Swiss\\_Alps](https://www.researchgate.net/publication/249023876_Impacts_of_Climate_Change_on_Winter_Tourism_in_the_Swiss_Alps)
- López Aranguren, E. (2015) El análisis de contenido en García Ferrando, M; Ibañez, J. y Alvira, F. compiladores de *El Análisis de la Realidad Social. Métodos y Técnicas de Investigación*. Alianza Universidad, Madrid Recuperado el 08/09/2018 en [https://www.ocac.cl/wp-content/uploads/2015/01/lopez-aranguren\\_analisis-de-contenido.pdf](https://www.ocac.cl/wp-content/uploads/2015/01/lopez-aranguren_analisis-de-contenido.pdf)
- Merlotto, A y Bértola, G. (2007) *Consecuencias socio - económicas asociadas a la erosión costera en el balneario Parque de Mar Chiquita, Argentina*. Numero 43 Revista Investigaciones Geográficas Universidad de Alicante: 143 – 164. Recuperado el 03/06/2019 en [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/10200/1/IG\\_43\\_08.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/10200/1/IG_43_08.pdf)
- Merlotto, A.; Bértola, G. e Isla, F. (2017) *Riesgo de erosión costera de la provincia de Buenos Aires, Argentina* en Revista Universitaria de Geografía V 26 (2): 37- Recuperado el 02/jun/2019 en [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/61155/CONICET\\_Digital\\_Nro.34ea76d3-8181-48f4-9779-d68279156f1\\_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y72](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/61155/CONICET_Digital_Nro.34ea76d3-8181-48f4-9779-d68279156f1_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y72).

- Ministerio de Economía. (2016). *Proyecciones de población por Municipio provincia de Buenos Aires 2010-2025*. Subsecretaría de Coordinación Económica. Dirección Provincial de Estadística, La Plata. Recuperado el 12/04/2019 en [http://www.estadistica.ec.gba.gov.ar/dpe/images/Proyecciones\\_x\\_municipio2010-2025.pdf](http://www.estadistica.ec.gba.gov.ar/dpe/images/Proyecciones_x_municipio2010-2025.pdf)
- Ministerio de Salud de la Provincia de Buenos Aires (2012). Dirección de Información Sistematizada. *Guía de Establecimientos Asistenciales*. Subsector Oficial. Provincia de Buenos Aires, año 2012. Recuperado 16/03/2019 en <https://www.mpba.gov.ar/files/content/guia-establecimientosvfamiliar.pdf>
- Moreno, A. y Becken, S. (2008) A climate change vulnerability assessment methodology for coastal tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. V 17(4): 473- 488. Recuperado el 20/12/2018 en [https://www.researchgate.net/publication/240535737\\_A\\_climate\\_change\\_vulnerability\\_assessment\\_methodology\\_for\\_coastal\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/240535737_A_climate_change_vulnerability_assessment_methodology_for_coastal_tourism)
- Moreno, A. y Amelung, B. (2009). *Climate Change and Tourist Comfort on Europe's Beaches in Summer: A Reassessment*. Recuperado el 04/03/2019 en [https://www.researchgate.net/publication/248988052\\_Climate\\_Change\\_and\\_Tourist\\_Comfort\\_on\\_Europe's\\_Beaches\\_in\\_Summer\\_A\\_Reassessment](https://www.researchgate.net/publication/248988052_Climate_Change_and_Tourist_Comfort_on_Europe's_Beaches_in_Summer_A_Reassessment)
- Morrison, C. y Pickering, C. (2013). *Perceptions of Climate Change Impacts, Adaptation and Limits to Adaption in the Australian Alps: The Ski-tourism Industry and Key Stakeholders*. Griffith University repository. Queensland, Australia: 1-39. Recuperado el 14/03/2019 en [https://research-repository.griffith.edu.au/bitstream/handle/10072/49258/78173\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://research-repository.griffith.edu.au/bitstream/handle/10072/49258/78173_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Municipalidad de Pinamar (2000). *Código de Ordenamiento Urbano Ambiental del Partido de Pinamar*. Recuperado 10/03/2019 en: [http://pinamar.gob.ar/sites/default/files/page/archivos/cou\\_pinamar.pdf](http://pinamar.gob.ar/sites/default/files/page/archivos/cou_pinamar.pdf)
- Núñez Gómez, J.; Ramos Reyes, R.; Barba Macías, E.; Espinoza Tenorio, A.; Gama Campillo, L. (2016) *Índice de vulnerabilidad costera del litoral tabasqueño, México Investigaciones Geográficas (Mx)*, núm. 91:70-85. Recuperado 20/06/2019 en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-46112016000300070](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-46112016000300070)
- Organización Mundial del Turismo (2003). *Declaración de Djerba sobre Turismo y Cambio Climático*. Recuperado el 20/ 02/ 2016 en <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/decladjerbas.pdf>

- Peeters, P. y Dings, J. (2007). *Climate change, tourism and air transport. Globally sustainable tourism requires sustainable air transport*. Recuperado el 14/03/2019 en <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.195.4029&rep=rep1&type=pdf>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2004). Índice Desarrollo Humano. Anexo Partidos bonaerenses. Recuperado 10/07/2019 en [http://aulavirtual217.ddns.net:3010/wikipedia\\_es\\_all\\_2016-08/A/Anexo%3APartidos\\_bonaerenses\\_por\\_IDH.html](http://aulavirtual217.ddns.net:3010/wikipedia_es_all_2016-08/A/Anexo%3APartidos_bonaerenses_por_IDH.html)
- Puccio, H.; Grana, N.; Adaniya, S. y Marshall, G. (2017). *La reducción de los riesgos de desastres en destinos turísticos costeros de la Provincia de Buenos Aires. Abordaje metodológico*. En Actas del E-ICES 12 ISBN 978-987-1323-61-6: 380 – 390. Recuperado el 20/09/ 2018, en: <http://www.uncuyo.edu.ar/ices/upload/actas-e-ices-12f2.pdf>
- Rodríguez Toubes, D. y Álvarez, J. (2013). *Vulnerabilidad del turismo y comunicación institucional: Estudio de casos*. REDMARKA UIMA-Universidad de A Coruña, 11 (2), 137-161. Recuperado el 20/02/2019 en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4616885>
- Samaja, J (2004). *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. 3ª edición, 6ª reimpresión. Buenos Aires, EUDEBA
- Scott, D.; De Freitas, C. y Matzarakis, A. (2008) "Adaptation in the tourism and recreation sector". In: Ebi, K.L, Burton, I. and Mc Gregor, G. (Eds): *Biometeorology for adaptation to climate variability and change*. Recuperado el 13/03/2019 en [https://www.researchgate.net/publication/226109635\\_Adaptation\\_in\\_the\\_Tourism\\_and\\_Recreation\\_Sector](https://www.researchgate.net/publication/226109635_Adaptation_in_the_Tourism_and_Recreation_Sector)
- Scott, D. , Charles, M. y Sim, R.(2012) *The vulnerability of Caribbean coastal tourism to scenarios of climate change related sea level rise*. Recuperado el 10/06/2019 en [https://www.researchgate.net/publication/233021922\\_The\\_vulnerability\\_of\\_Caribbean\\_coastal\\_tourism\\_to\\_scenarios\\_of\\_climate\\_change\\_related\\_sea\\_level\\_rise](https://www.researchgate.net/publication/233021922_The_vulnerability_of_Caribbean_coastal_tourism_to_scenarios_of_climate_change_related_sea_level_rise)
- Scheyvens, R., y Momsen, J. (2008). *Tourism in small island states: from vulnerability to strengths*. *Journal of Sustainable Tourism* ,16 (5): 491-410. Recuperado el 30/05/2019 en [https://www.researchgate.net/publication/240535729\\_Tourism\\_in\\_Small\\_Island\\_States\\_From\\_Vulnerability\\_to\\_Strengths](https://www.researchgate.net/publication/240535729_Tourism_in_Small_Island_States_From_Vulnerability_to_Strengths)
- Smith, K. (1993) *The influence of weather and climate on recreation and tourism*. *Revista Weather* 48, pp.398-404. *Journal of Sustainable Tourism*. V 20 (6): 883- 898.

- Torres Bagur, M.; Ribas Palom, A. y Vila Subirós, J. (2019). *Perceptions of climate change and water availability in the Mediterranean tourist sector A case study of the Muga River basin (Girona, Spain)*. International Journal of Climate Change Strategies and Management, Vol. ahead-of-print. Recuperado el 10/07/2019 en <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCCSM-10-2018-0070/full/html>
- Verón, E. y Barragan Muñoz, J. (2015) *Transformación y funcionalización del Socioecosistema Litoral Norte de la provincia de Buenos Aires, Argentina*. Rev. Univ. geogr. vol. 24, n. 2: 91-117. Recuperado el 19/02/2019 en [http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1852-42652015002200005&lng=en&nrm=iso](http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-42652015002200005&lng=en&nrm=iso)
- Wilches Chau, G. (1993). "La vulnerabilidad global". En: Los desastres no son naturales. Maskrey, A. (Comp.) Recuperado el 20/06/2018 en: <http://www.desenredando.org/public/libros/1993/ldnsn/html/cap2.htm>
- World Meteorological Organization (1999). *IPCC Highlights the growing contribution of aviation to global warming*. Recuperado el 10/07/2019 en <https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/04/pr-04june1999.pdf>



## MARKETING URBANO, CIUDADES CREATIVAS Y TURISMO. ANÁLISIS TURÍSTICO DE LAS TRANSFORMACIONES URBANAS EN LA CIUDAD DE SANTA FE (2004-2017), ARGENTINA.

Melisa Paola Picco

Universidad Nacional de Quilmes.

### CONTACTO

 [0000-0001-5979-5854](https://orcid.org/0000-0001-5979-5854)

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

### Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Picco, M.P. (2019). Marketing Urbano, Ciudades Creativas y turismo. Análisis turístico de las transformaciones urbanas en la ciudad de Santa Fe (2004-2017). *Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 105-133.

Recibido: 10/10/2019

Aceptado: 24/10/2019

### RESUMEN

Luego de la peor inundación de su historia en el año 2003, la ciudad de Santa Fe comienza a presentar transformaciones urbanas a fin de constituirse en un mejor lugar para habitar y visitar. En efecto, muchos turistas demandan destinos que ofrezcan una vivencia integral mediante un espacio físico y social con determinadas características y calidades, que brinde una amalgama de valores ambientales, territoriales, sociales y culturales. La cultura, precisamente, es el vínculo entre los dos temas que se enlazan en este trabajo de graduación de la Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo de la Universidad Nacional de Quilmes: el marketing urbano y las ciudades creativas desde la perspectiva de la gestión del turismo local.

Esta investigación cualitativa, de carácter exploratorio y descriptivo, se propone analizar las condiciones de postulación de la ciudad de Santa Fe como Ciudad Creativa de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) a partir del estudio de sus estrategias de marketing urbano y su incidencia en el turismo receptivo. Por ello se constituye en un enfoque original de estudio de la ciudad como destino turístico, ya que no hay antecedentes de investigación con esta perspectiva combinada.

Las dinámicas locales de renovación acontecidas en el período de estudio han sumado una serie de intervenciones urbanas que exponen el devenir de la ciudad bajo el concepto de marketing urbano. Tal período está marcado por los nuevos equipamientos y la reconversión de espacios obsoletos para atender el aumento y diversificación de demandas. Al mismo tiempo, se aprecia el intenso trabajo llevado a cabo en materia de políticas culturales y de resiliencia.

**PALABRAS CLAVE**

marketing urbano - ciudades creativas - turismo -  
turismo creativo - santa fe

## URBAN MARKETING, CREATIVE CITIES AND TOURISM. TOURIST ANALYSIS OF URBAN TRANSFORMATIONS IN SANTA FE CITY (2004-2017), ARGENTINA.

Melisa Paola Picco

Universidad Nacional de Quilmes

### CONTACT

 [0000-0001-5979-5854](https://orcid.org/0000-0001-5979-5854)

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

Cita recomendada (APA 6ta ed.)

Picco, M.P. (2019). Marketing Urbano, Ciudades Creativas y turismo. Análisis turístico de las transformaciones urbanas en la ciudad de Santa Fe (2004-2017). *Realidad, Estudios y Perspectivas en turismo*, 17 (2), 105-132.

Received: 10/10/2019

Accepted: 24/10/2019

### ABSTRACT

After the worst flood in its history in 2003, the city of Santa Fe begins to present urban transformations in order to become a better place to live and visit. In fact, many tourists demand destinations that offer an integral experience through a physical and social space with certain characteristics and qualities that provide an amalgam of environmental, territorial, social and cultural values. Culture, precisely, is the link between the two themes that are linked in this graduation work of the Master in Tourism Development and Management of the National University of Quilmes: urban marketing and creative cities from the perspective of the management of the local tourism.

This qualitative research, exploratory and descriptive, aims to analyze the conditions of application of the City of Santa Fe as a Creative City of UNESCO based on the study of its urban marketing strategies and its impact on receptive tourism. Therefore, it constitutes an original approach to the study of the city as a tourist destination, since there is no research background with this combined perspective.

The local dynamics of renovation that took place during the study period have added a series of urban interventions that expose the future of the city under the concept of urban marketing. This period is marked by new equipment and the conversion of obsolete spaces to meet the increase and diversification of demands. At the same time, the intense work carried out in terms of cultural and resilience policies is appreciated.

### KEYWORDS

urban marketing - creative cities – tourism - creative tourism - santa fe.

## FUNDAMENTACIÓN

El marketing está presente en la vida diaria de diversas formas; es una disciplina que “invade” todos los sentidos. Hoy en día, con el grado de competencia entre destinos turísticos no pueden faltar, desde la gestión pública, estrategias y acciones concretas de marketing. En relación con esto último, el marketing de ciudades es el que reúne más fuerza para el logro del posicionamiento de un destino en sus mercados meta, ya que contempla el diseño urbano, la provisión de servicios turísticos, no turísticos y la calidad de los mismos, la presencia de atracciones, la hospitalidad de la población residente, entre otras cuestiones. Cabe destacar que el citymarketing no persigue tan sólo la búsqueda de la rentabilidad económica de la ciudad, sino fundamentalmente el desarrollo social, cultural y ambiental de la misma. Es decir, es un marketing que apunta a la sustentabilidad y ésta es una característica primordial de la gestión de la actividad turística.

La ciudad de Santa Fe cuenta con su Plan Estratégico de Turismo y en su análisis de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades (FODA), correspondiente a la actualización 2017, donde quedaron expresadas fortalezas que refieren al marketing urbano:

### **Vasto capital cultural, histórico y natural. Cuna de la Constitución Nacional.**

- Avance de las obras en el Parque Biblioteca de la Constitución Nacional. Inauguración Auditorio.
- Diversidad de circuitos y atractivos turísticos locales. Inauguración Molino Marconetti y Centro de Interpretación Ariel Ramírez.
- Proximidad con atractivos turísticos naturales (río Paraná, zona de islas).
- Puente Colgante Monumento Histórico Nacional. Escenario de grandes eventos. Nueva iluminación LED. Letras corpóreas que promueven mayor sensibilidad turística.

### **Ciudad del conocimiento y sede de grandes eventos**

- Continuidad en el Ranking Nacional de eventos.
- Avance de obras esenciales para este segmento. Ej: Estación Belgrano, Auditorio Parque de la Constitución, Molino Marconetti.
- Calendario anual de Eventos. Agenda unificada.

- Consolidación del calendario de eventos Deportivos y excelente infraestructura para este segmento.

### **Consolidación de la oferta gastronómica como atractivo turístico**

- Productos típicos tradicionales: liso, pescado, alfajor.
- Regularización y continuidad de grandes eventos gastronómicos: calendario de fiestas cerveceras, ExpoChef, Santa Fe a la Carta, etc.
- Conformación del Clúster de la Cerveza Santafesina.
- Polo gastronómico Patio de *Food Trucks* "Salida 168".
- Nuevos servicios gastronómicos en distintos puntos de la ciudad.

### **Nuevo centro de información turística en el Puerto de la ciudad.**

- Mayor cantidad de empresas de la ciudad que certificaron calidad turística.
- Capacitación intensiva a personal de Centros de Informes Turísticos y de servicios turísticos privados de la ciudad.
- Actualización permanente de la página web de turismo [www.santafe-turismo.gov.ar](http://www.santafe-turismo.gov.ar)
- Aplicación móvil de Agenda Ciudad y de Turismo.
- Relocalización de locales bailables.
- Consolidación y diversificación de la oferta de paseos y excursiones. Adquisición de nuevo equipamiento para el servicio Subite a la Bici.
- Conformación del Pool de Agencias de Turismo Receptivo.
- Nuevos indicadores; datos estadísticos y encuestas realizadas desde el sector público.

### **Mejora en la promoción y posicionamiento de la ciudad.**

- Desarrollo del catálogo de paseos y excursiones locales y regionales

con tarifario incluido.

- Mejor comunicación de la ciudad como destino turístico regional (difusión en medios nacionales, asistencia a ferias y eventos, etc.).
- Recuperación de la ciudad a partir del Plan Urbano y de Desarrollo.
- Nuevas obras: recuperación de Bv. Gálvez, avances de obras en Parque Biblioteca de la Constitución, finalización de las obras en el Molino Marconetti y la Plaza Alberdi." (Gobierno de la Ciudad de Santa Fe, 2017a, p. 5-6).

No obstante, el FODA también presentó debilidades vinculadas a este tema:

### **Desaprovechamiento de los recursos naturales como productos turísticos**

- Ausencia de planificación del uso del territorio en la zona de islas.
- Escasa infraestructura para aprovechamiento turístico.
- Falta de un calendario anual de actividades náuticas.
- Necesidad de obras de adecuación, modernización y/o mantenimiento en la Granja La Esmeralda.
- Falta de un plan de aprovechamiento de playas y recursos naturales.

### **Falta de planificación para afianzar a Santa Fe como sede de eventos.**

- Ausencia de un plan de captación de eventos.
- Necesidad de mayor compromiso de los organizadores para incluir actividades turísticas en los eventos (culturales, académicos, deportivos, corporativos, sociales).
- Deficiente y vetusta infraestructura para la conectividad aérea.

### **Ausencia de estrategias de Promoción del Destino.**

- Necesidad de un plan de comunicación y comercialización del destino como producto turístico.
- Falta de desarrollo de una Marca Turística.

- Ausencia de estrategias de promoción segmentadas para mercados turísticos específicos.
- Escaso presupuesto para promoción turística que le destina la Provincia a la Municipalidad de Santa Fe.
- Falta de desarrollo de *merchandising* turístico de la ciudad. (productos regionales, gastronómicos, artesanías, diseño, etc.).

### Deficientes servicios e infraestructura turística.

- Ausencia de campings y espacios para turismo alternativo.
- Escasa oferta de alojamiento para delegaciones deportivas, estudiantiles, sociales.
- Escasa oferta de alojamiento para viajeros alternativos y otros mercados (ej. hostels).
- Falta señalética turística en accesos y dentro de puntos específicos de la ciudad, como centros comerciales a cielo abierto.
- Ausencia de un sistema de estacionamiento medido amigable para turistas.
- Falta de aprovechamiento en materia gastronómica de las costaneras.
- Necesidad de mejorar la calidad en el servicio de atención gastronómica.
- Escasa infraestructura y servicios recreativos en el casco fundacional (sanitarios, iluminación, tiendas de souvenirs, coordinación con Provincia en el horario de los Museos; falta de actividades recreativas para la familia).“ (Gobierno de la Ciudad de Santa Fe, 2017a, p. 6).

Ante tal perspectiva, con la presente investigación se pretende realizar un análisis desde la disciplina del marketing urbano, cuyos resultados conduzcan a formular estrategias para que la ciudad supere estas debilidades, potencie sus fortalezas y sea un lugar que ofrezca mejores condiciones para habitarlo y que genere interés para visitarlo.

Finalmente, se vuelve a destacar que la investigación servirá para dar cuenta de los avances que ha dado la ciudad en materia de mejoramiento urbano, el cual influye en la actividad turística local, con el propósito de arribar

a los caminos que restan transitar para que Santa Fe logre reconocimiento nacional como destino turístico y pueda postularse como Ciudad Creativa.

## **OBJETIVO GENERAL**

Analizar las condiciones de postulación de la Ciudad de Santa Fe como Ciudad Creativa de la UNESCO a partir del estudio de las estrategias de marketing urbano que implementa este destino turístico.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Identificar y describir las transformaciones vinculadas al marketing urbano implementadas en la ciudad de Santa Fe desde el año 2004 hasta el 2017.
2. Evaluar las transformaciones del período de estudio como ventajas u oportunidades para el desarrollo del turismo receptivo.
3. Describir las modalidades turísticas locales que se pueden trabajar en base a las transformaciones ocurridas en el período de estudio.

## **ENFOQUE TEÓRICO**

### **Marketing urbano**

Evidentemente, el marketing consiste en una relación de intercambio. Ahora bien, trasladada a una ciudad, esta disciplina la conecta con sus mercados, investigando y atendiendo las necesidades que en ellos se manifiestan, en competencia con otras ciudades que pugnan por esos mismos mercados. Para la consultora Kienbaum (1993) citada en Friedmann (2003) los grupos objetivo del marketing urbano y regional son:

- Grupos Objetivo Locales: Ciudadanos; grupos de interés locales (gremios, clubes, asociaciones) y empresas locales.
- Grupos Objetivo Regionales: Ciudadanos de ciudades vecinas/compradores; empresas dispuestas a asentarse en la ciudad; trabajadores, profesionales y ciudadanos dispuestos a radicarse en la ciudad.
- Grupos Objetivo Supralocales: Turistas; visitantes de congresos; empresas supralocales y extranjeras dispuestas a asentarse en la ciudad; trabaja-

dores, profesionales y ciudadanos dispuestos a radicarse en la ciudad.

Según Köster (1992), el marketing urbano es una estrategia global y aspira a “la activación y coordinación del potencial endógeno con el fin de hacer la ciudad más atractiva para todos los residentes de la ciudad y de las ciudades vecinas, y para los visitantes y empresas”. (Friedmann, 2003, p. 7)

## Ciudades creativas

El concepto de ciudad creativa fue introducido por Charles Landry y luego popularizado por Richard Florida y su teoría de la clase creativa. Estos autores “plantean el estudio, la planeación y la renovación de las ciudades a partir de un elemento clave, la creatividad humana, al cual postulan como fuente de riqueza económica y como dinamizadora de las transformaciones urbanas” (Herrera Medina, Bonilla Estévez y Molina Prieto, 2013, p. 12).

Manito (2011) dice que “desde el ámbito del planeamiento y la gobernanza urbana, aquellas ciudades capaces de identificar la cultura como fuente de diferenciación e innovación, de creación de valor social y económico, han sido denominadas “ciudades creativas” (Duque Franco, 2015, p. 26). En esta línea, las ciudades creativas son aquellas en las que la cultura puede desempeñar un papel importante en la renovación urbana y sus gobiernos emplean la creatividad para desarrollar nuevas estrategias económicas. Son ciudades que articulan el patrimonio, los productos y servicios culturales tradicionales con las industrias creativas y que proyectan un estilo de vida dinámico, atractivo y diverso.

Como se mencionó, el foco del estudio de Richard Florida es la clase creativa y para este autor la ciudad creativa “se sustenta en dos aspectos principales: la creatividad como proceso interno en los individuos y sus motivaciones, y las características sociales (externas al individuo) que pueden estimularla o paralizarla” (Florida, 2010a, citado por Herrera Medina, Bonilla Estévez y Molina Prieto, 2013, p. 16). Con respecto a estas últimas hace referencia a espacios laborales y urbanos flexibles, agradables, que fomenten el encuentro y el intercambio de conocimientos, el contraste de perspectivas y enfoques, y la consolidación de ambientes multiculturales que propicien el avance de los procesos creativos. La ciudad creativa de Florida debe ser tolerante, incluyente, multiétnica, multicultural, interracial, donde todos participen de manera creativa sin barreras de raza, nacionalidad, religión u orientación sexual. (Herrera Medina, Bonilla Estévez y Molina Prieto, 2013, p. 13).

## Red de Ciudades Creativas UNESCO

Esta red, creada en el año 2004, busca fomentar el aprovechamiento del

potencial creativo, social y económico de las colectividades locales, con el objetivo de promover la diversidad cultural.

“La intención de la Red es poner en contacto a ciudades que apoyan la economía creativa, con la finalidad que puedan compartir conocimientos, experiencia, habilidades directivas y tecnología. Las ciudades que solicitan la admisión a la red, pretenden convertirse en centros de excelencia creativa que ayuden a otras ciudades, en especial aquellas pertenecientes a países en desarrollo, a cultivar su propia economía creativa basada, especialmente, en el turismo creativo.” (Red de Ciudades Creativas UNESCO, 2016, p. 1-2).

Actualmente, la red está conformada por 180 ciudades pertenecientes a 72 países. Cada 2 años se abre la Convocatoria de Candidaturas para que las ciudades puedan presentar sus solicitudes a la UNESCO. Los campos creativos en los que pueden postularse las urbes son siete:

- 1) Artesanías y Arte Popular
- 2) Diseño
- 3) Cine
- 4) Gastronomía
- 5) Literatura
- 6) Artes digitales
- 7) Música

### **Turismo creativo**

Durante la primera reunión de las Ciudades Creativas de UNESCO en Santa Fe (Estados Unidos), se examinaron los nexos de las actividades creativas de cada ciudad con el turismo y se profundizó en una nueva concepción del mismo: el “turismo creativo”.

La esencia del turismo creativo es el involucramiento del visitante en la vida cotidiana de la población visitada. Lo que puede resultar banal y cotidiano para los residentes, para un visitante de otra cultura puede ser interesante y exótico, inédito y novedoso. En efecto, los mejores recuerdos de un verdadero turista “creativo” provienen de los contactos que haya podido establecer con las costumbres, la leyenda, la espiritualidad y la historia de otras personas de culturas diferentes. Pero para que ello sea posible, es necesario que la población local se enorgullezca de lo que es y lo que tiene, porque el visitante tiene una interacción educativa, emocional, social y participativa con el lugar, su cultura viva y las personas que viven allí.

## METODOLOGÍA

El tipo de investigación es cualitativa, puesto que no busca indagar datos cuantitativos, estandarizados, sino en forma de textos e imágenes. Con este proceso investigativo, de carácter flexible, no se pretende generalizar de manera probabilística los resultados a otras unidades de análisis; más bien se persigue la profundidad de los datos, riqueza interpretativa, contextualización del entorno y los detalles.

La investigación combina el diseño exploratorio y el descriptivo, aunque con más profundidad de desarrollo en este último. El nivel exploratorio da cuenta de un problema sin precedentes en el contexto particular de la ciudad de Santa Fe. Si bien hay un estudio previo relacionado al marketing urbano en la cercana ciudad de Rosario<sup>(1)</sup>, en el presente trabajo se ofrece una perspectiva innovadora, ya que se perfila un estudio donde el tema del marketing urbano se combina con el de ciudades creativas.

Con el diseño descriptivo se busca especificar qué características del marketing urbano de la ciudad brindan la posibilidad, o no, de su postulación como Ciudad Creativa de la UNESCO.

No sólo se pretende conocer acerca del marketing urbano y las ciudades creativas sino, además, como ambos temas pueden aprovecharse desde el turismo receptivo en la ciudad de Santa Fe.

### Unidad de análisis

La unidad de análisis de la investigación es la ciudad de Santa Fe y el periodo del estudio está comprendido entre los años 2004-2017 (diseño longitudinal).

Santa Fe cuenta con más de 400.000 habitantes, está ubicada en el centro-este de Argentina, pertenece a la región geográfica conocida como "llanura pampeana" y se inserta en la zona del Litoral. Esta ubicación le brinda un entorno privilegiado por la naturaleza, gracias a la presencia de los ríos Paraná, en la margen este, y el Salado, hacia el oeste. No obstante, los riesgos para la población cuando los mismos crecen o se generan fuertes lluvias y tormentas son reales, por ello la ciudad ha sido pionera en Argentina en sumarse a la Campaña Mundial "Desarrollando Ciudades Resilientes" que lleva adelante la Oficina de las Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres (UNISDR por su sigla en inglés), a fin de compartir los avances y las experiencias con otras localidades a nivel regional y mundial. En ese

---

(1) Estudio referenciado: Paz, S. y Tkachuk, C. (Diciembre 2004). Tiempo de City Marketing: la imagen de Rosario. Trabajo presentado en 1° Seminario Virtual "Marketing de Ciudades y Desarrollo Urbano" de Imago Urbis. Recuperado de [http://hm.unq.edu.ar/archivos\\_hm/SP\\_CT\\_tiempos\\_Marketing.pdf](http://hm.unq.edu.ar/archivos_hm/SP_CT_tiempos_Marketing.pdf)

marco, fue calificada como “Ciudad Modelo Ejemplar”, no sólo por el alcance de sus acciones sino también por implementarlas desde un enfoque integral. Además, obtuvo el Premio Sasakawa en el año 2011, otorgado por la UNISDR, el que reconoce a personas u organizaciones visionarias que trabajan a futuro para reducir el riesgo de desastres y favorecer el desarrollo sustentable en sus comunidades.

En cuanto a la cultura, alberga un rico bagaje reflejado en edificios, museos, iglesias y casonas, pero también en sus típicos productos gastronómicos: el pescado de río, el alfajor santafesino y la cerveza. La tradición histórica enriquece el hecho cultural al ser una de las primeras urbanizaciones del Río de la Plata y la “Cuna de la Constitución Nacional”, ya que en el Cabildo de Santa Fe se sancionó, el 1° de mayo de 1853, la primera Carta Magna de la República Argentina. De las seis Asambleas Constituyentes que se realizaron con posterioridad, en las últimas dos (años 1957 y 1994) la ciudad recibió nuevamente a los constituyentes.

Su calidad de ciudad-puerto y capital de provincia le da una particular vida económica y social, en permanente diálogo entre tradiciones culturales y corrientes innovadoras. Junto a ello, el río, la naturaleza, el ambiente urbano y demás atractivos conforman una propuesta turística para el esparcimiento, los negocios y el descanso, que debe continuar mejorando.

Esta capital está unida con su par entrerriana de Paraná a través del Túnel Subfluvial Raúl Uranga-Carlos Sylvestre Begnis, particularidad exclusiva al ser las únicas ciudades capitales de provincia del país conectadas por una vía terrestre de esta característica.

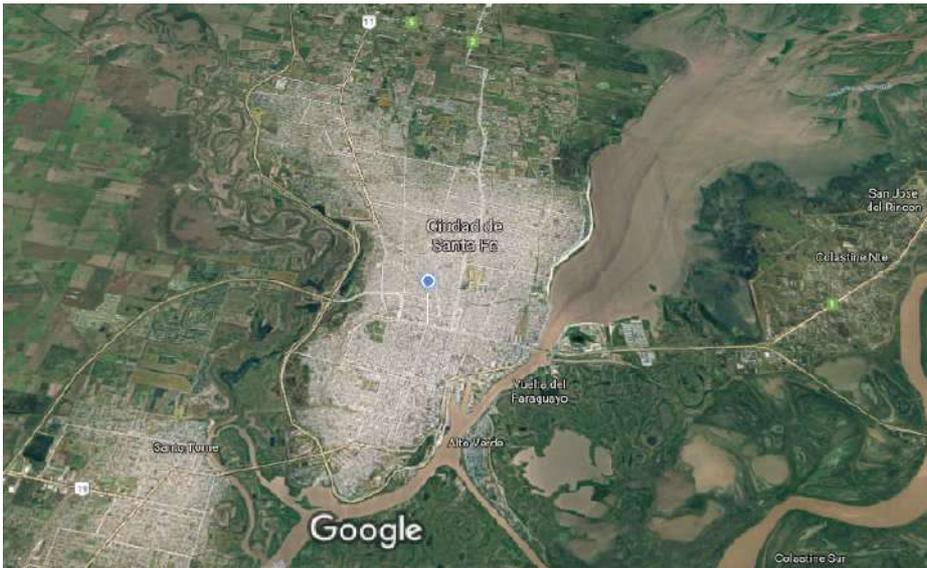
Otra peculiaridad que posee en materia de turismo es ser la primera ciudad de la provincia en certificar calidad turística, en el año 2014, en el marco del Programa de Directrices de Gestión Turística de Municipios del Ministerio de Turismo de la Nación (actual Secretaría de Gobierno de Turismo de la Nación).

## **Técnicas e instrumentos de análisis**

### ***Investigación documental***

A fin de identificar y describir las transformaciones vinculadas al marketing urbano implementadas en la ciudad de Santa Fe, desde el año 2004 hasta el 2017, se recabaron datos de diferentes fuentes bibliográficas, publicaciones de medios gráficos y electrónicos, documentos, informes, entre otras fuentes. La información sobre la ciudad de Santa Fe que se buscó capitalizar con esta técnica fue:

Figura 1. Vista área ciudad de Santa Fe.



Fuente: Google Maps 2017. En línea: <https://goo.gl/mfOpCp>

- Políticas y estrategias locales: turísticas, de planeamiento urbano, medioambientales, sociales y culturales, todas ellas relacionadas al marketing urbano.
  - Espacios y elementos culturales y naturales nuevos y/o transformados: monumentos, edificaciones, plazas, parques, entre otros.
  - Nuevos servicios y atracciones relacionados al turismo y al ocio.
  - Obras públicas para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes locales.
    - Señalética en la vía pública.
    - Conformación de redes/clústeres relacionados al turismo.

Conjuntamente, se empleó la investigación documental para describir las modalidades turísticas locales que se pueden trabajar en base a las transformaciones de marketing urbano referidas anteriormente. En este caso, los datos necesarios también provinieron de diferentes fuentes bibliográficas (publicaciones de medios gráficos y electrónicos, documentos, informes, entre otras). La información específica que se buscó fueron los diversos tipos de turismo desarrollados hasta la actualidad, que se adapten a las transformaciones de marketing urbano analizadas.

### **Observación no estructurada**

La información recabada con la técnica anterior se complementó con ob-

servaciones que la autora de este trabajo aportó por ser oriunda de la ciudad de Santa Fe y por haber trabajado en servicios turísticos en la misma; por lo tanto, es testigo de las intervenciones de marketing urbano y de las tipologías turísticas que se vienen llevando a cabo.

### **Entrevista personal**

Esta técnica se utilizó para evaluar la percepción de las transformaciones del período de estudio como ventajas u oportunidades para el desarrollo del turismo receptivo, como así también para describir las modalidades turísticas locales que se pueden trabajar en base a las transformaciones ocurridas en dicho período.

Guía de la entrevista - Tópicos abordados:

- Ventajas u oportunidades que las transformaciones locales de marketing urbano generan para el turismo receptivo. (Previamente, se presentaron las transformaciones detectadas en el primer objetivo específico, para que el entrevistado pueda dar su opinión sobre ellas).
  - Transformaciones que considera más destacadas entre las anteriores.
  - Transformaciones de marketing urbano que faltan realizar a nivel local.
  - Tipos de turismo que se deben desarrollar, mejorar o continuar trabajando, de acuerdo a las transformaciones de marketing urbano ocurridas.

Entrevistados:

- Integrante de la Secretaría de Turismo de la Provincia de Santa Fe.
- Integrantes de la Subsecretaría de Turismo y de la Secretaría de Cultura de la ciudad de Santa Fe.
- Integrantes del sector académico público y privado de la ciudad de Santa Fe.
- Prestador local de servicios turísticos.
- Arquitecta con experiencia en el tema de investigación.

### **Selección de las muestras**

Al tratarse la presente investigación de un estudio cualitativo, el tamaño de la muestra no es lo relevante desde una perspectiva probabilística, puesto que a lo que se apuntó fue a la profundidad y calidad de la muestra. En las distintas técnicas seleccionadas, se buscaron personas y material escrito en distintos soportes que ayuden a entender el fenómeno de estudio y el problema de investigación.

Más precisamente, para las entrevistas se optó por un mix muestral, recurriendo a:

- muestras homogéneas, cuyo propósito es la centralidad en el tema investigado, con participantes que tienen un perfil o características similares (son profesionales y/o trabajan en la actividad turística de la ciudad de Santa Fe);
- muestras por conveniencia, en la que intervinieron casos disponibles a los que se tuvo acceso;
- muestras intencionadas, con unidades muestrales elegidas según criterios subjetivos relacionados con el tema de investigación y cuyas apreciaciones son útiles para las futuras propuestas.

## RESULTADOS

### Marketing urbano y turismo en Santa Fe

A continuación, se expone un cuadro con la recopilación de las transformaciones vinculadas al marketing urbano implementadas en la ciudad de Santa Fe desde el año 2004 hasta el 2017, a fin de dar cuenta de los diversos aspectos de la recuperación de la ciudad que tienen relación con su potencial como destino receptor de visitantes y turistas.

**Tabla 1.** Marketing Urbano y Turismo en Santa Fe

|  |                     |   |
|--|---------------------|---|
| <b>Políticas y estrategias locales</b> | Medioambientales    | Mitigación de inundaciones<br>Reserva Natural Urbana del Oeste<br>Gestión de los residuos sólidos<br>Plan de arbolado público y campañas de forestación |
|  | Planeamiento urbano | Plan Urbano para Santa Fe   |
|  | Culturales          | Santa Fe Polo de Diseño<br>Diseña Santa Fe<br>Ciudad de la Música<br>Expresiva<br>Taller La Guardia   |
|  | Socio-culturales    | Programa Mejoramiento de Barrios<br>El Alero<br>Parque Mediateca La Cumbia  |
|  | Turísticas          | Agenda turística: Cultura, Eventos y Promoción  |

continúa en la pág. siguiente

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Espacios y elementos naturales nuevos y/o transformados</b></p>                             | <p>Parque Garay<br/>Parque Federal<br/>Parque Biblioteca de la Constitución Nacional<br/>Reserva Natural Urbana del Oeste<br/>Nueva Plaza Alberdi<br/>Parque General Manuel Belgrano<br/>Paseo Escalante</p>  |
| <p><b>Espacios y elementos culturales nuevos y/o transformados</b></p>                            | <p>Teatro Municipal<br/>La Redonda<br/>Mercado Progreso<br/>Molino Franchino<br/>La Esquina Encendida<br/>Estación Belgrano<br/>Paseo Boulevard<br/>Molino Marconetti<br/>Museo Histórico Provincial Brigadier Estanislao López<br/>Puente Colgante Ingeniero Marcial Candiotti</p> |
| <p><b>Nuevos servicios y atracciones relacionados al turismo y al ocio</b></p>                    | <p>Súper TC 2000<br/>Paseo peatonal San Martín Sur<br/>Paseo peatonal San Martín Norte<br/>Paseo Portuario<br/>Camino de la Constitución<br/>Noche de los Museos<br/>Salida 168<br/>Hotel Colonia de Vacaciones UNL-ATE</p>   |
| <p><b>Obras públicas para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes locales</b></p> | <p>Obras relativas al agua, gas natural y pavimentado<br/>Plan de Movilidad Urbana<br/>Luminaria Led<br/>Transformación de Avenida Leandro N. Alem<br/>Centro de Especialidades Médicas Ambulatorias<br/>Estrategia Santa Fe Resiliente</p>   |
| <p><b>Señalética en la vía pública</b></p>  | <p>Carteles LED<br/>Carteles nomencladores de calles<br/>Semáforos<br/>Letras corpóreas "Santa Fe" en la Costanera Oeste</p>  |
| <p><b>Conformación de redes/clústeres relacionados al turismo</b></p>                             | <p>Clúster de la Cerveza Santafesina<br/>Clúster de Diseño</p>  |
| <p><b>Tipos de turismo vinculados a las transformaciones de marketing urbano presentadas</b></p>  | <p>Turismo Urbano Cultural<br/>Turismo Urbano de Reuniones<br/>Turismo Urbano de Negocios</p>   |

Fuente: elaboración propia.

**Figura 2.** Letras corpóreas y Puente Colgante en la Costanera Santafesina



Fuente: Fotografía tomada por Osvaldo Sosa - Agosto 2018.

Las dinámicas locales de renovación acontecidas en el período de estudio han sumado una serie de transformaciones urbanas que exponen el devenir de la ciudad luego de una situación de extrema gravedad como fue la inundación del año 2003. La identificación de estas actuaciones supone el reconocimiento de los avances que ha dado la ciudad bajo el concepto de marketing urbano. Tal período (2004-2017) está marcado por los nuevos equipamientos y la reconversión de espacios obsoletos para atender el aumento y diversificación de demandas (salud, administración, educación, cultura, hotelería, recreación y comercio), abordados tanto desde la iniciativa estatal como privada. Entre las intervenciones señaladas precedentemente, algunas revisten mayor relevancia para la perspectiva turística:

- El proceso de ocupación de la zona portuaria, resultado de la inversión predominantemente privada, y la apertura de la ciudad hacia el río, revalorizando el paisaje ribereño y potenciando de este modo la identidad ciudad-espejos de agua. Esta área, reconvertida a usos urbanos de vivienda y de servicios (centro comercial, hotelería, casino, torres de oficinas, salones de eventos y más) ha definido un nuevo centro de atracción turística. Recuperar este sector de la ciudad fue fundamental para, asimismo, revitalizar la avenida que circunda al puerto con la localización de empresas en grandes lotes de terreno.

- Los sectores estéticamente mejorados, como el Paseo Boulevard, residencial y comercialmente jerarquizado, y con elementos de valor patrimonial y paisajístico-ambiental.

- El eje puesto en las industrias creativas con el diseño como estandarte, para que la ciudad continúe desarrollándose, al punto de constituirse en referente de esta industria, generando talentos y reteniéndolos.

- El enfoque en la resiliencia como política de estado transversal. Ésta promueve oportunidades de nuevas inversiones en la ciudad con fondos nacionales e internacionales, como la Reserva Natural Urbana del Oeste y las intervenciones financiadas a partir del Programa Mejoramiento de Barrios (ProMeBa). Además, genera nuevas posibilidades de crecimiento urbanístico y le brinda más seguridad, en todo sentido, a las empresas que quieran instalarse en Santa Fe.

Este proceso de intervenciones urbanas caracterizado por cuatro R's: renovación, restauración, refuncionalización y/o revalorización, ha encontrado en su camino obstáculos que hasta el momento no han sido sorteados. Entre los principales se hayan:

- El truncado Tren Urbano: Permitiría recorrer 3,7 kilómetros en 15 minutos, lo que significa un ahorro del 40% de tiempo en comparación con el colectivo. El área directa asociada a su paso es de unas 30 mil personas. El trayecto del tren conectaría el centro de la zona norte con la zona de Boulevard, donde se encuentran establecimientos educativos, clínicas, sanatorios y un área de importante actividad comercial. Actualmente, el tren se luce como objeto de apreciación por los vecinos del Parque Federal, en donde se encuentra esperando su destino.

- La ordenanza de inmuebles ociosos no ha sido implementada. Es imprescindible que esta clase de normativa se active con urgencia, ya que la ciudad se deslucce con edificaciones como el ex Shopping Ritz, edificio de gran valor patrimonial, pero en absoluto estado de abandono y ubicado en una zona central de la ciudad como lo es el paseo peatonal San Martín, entre otras construcciones ociosas ubicadas en áreas turísticas.

- La escalera mecánica a cielo abierto junto al ascensor que conducen a la pasarela aérea de Avenida Alem, ambos fuera de servicio hace tiempo, presentando el ascensor estado de abandono.

- La incertidumbre acerca del destino de la concesión de la Terminal de Ómnibus, procedimiento anulado que provocó disputas de intereses políticos al interior del Honorable Concejo Deliberante.

- Escasa infraestructura para aprovechar el río, como el caso de los pilotes de la antigua aerosilla sobre la Laguna Setúbal.

- El estado de deterioro de la Ex Estación Mitre: Este lugar histórico y de gran valor patrimonial en el suroeste de la ciudad presenta falencias diversas: el techo de chapa en muchos sectores está roto, semicáido; el revoque de columnas carcomido; las paredes rotas, con telarañas en lo alto y de pinturas murales, grafitis y estenciles en lo bajo; las calles que la circundan con baches;

falta iluminación; entre las más sobresalientes. A pesar de que en este sitio funcionen una dependencia municipal, el Centro Cultural y Social "El Birri" (el cual también reclama por obras de restauración) y la feria "La Baulera", el abandono del predio data de años. Los vecinos de la zona continúan solicitando una intervención integral para el recupero de la ex estación, tal como se hizo en La Redonda o la Ex Estación Belgrano.

- La necesidad de obras de renovación y modernización de la "Plaza del Soldado", emplazada en el microcentro de la ciudad y con alta circulación de transeúntes, y del Anfiteatro "Juan de Garay", ubicado en el Parque Gral. Manuel Belgrano, para el uso cotidiano por parte de los vecinos y, al mismo tiempo, inyectarle atractivo turístico a estos espacios.

### **Marketing urbano y oportunidades para el turismo receptivo**

Las distintas miradas profesionales de los entrevistados acerca de las transformaciones locales de marketing urbano y su repercusión en el desarrollo del turismo receptivo, han aportado apreciaciones más que significativas para la investigación. Las mismas reflejan los progresos que realizó la ciudad en materia turística a raíz de las intervenciones de marketing urbano, pero más aún las falencias a resolver y cuestiones pendientes en este tema, entre las que se indican:

- Construir una marca ciudad de forma participativa. No hay una marca destino que sintetice los atributos y atractivos que tiene, lo que puede ofrecer en términos turísticos. Es muy difícil instalar una ciudad individual si no tiene una marca que la diferencie del resto de ciudades.
- Diversificar los paseos y actividades recreativas, sobre todo relacionados con los recursos naturales como el río. Generar atractivos con este recurso para que los visitantes vengan a Santa Fe y permanezcan más tiempo.
- Falta accesibilidad turística y oferta de actividades para personas con movilidad o visibilidad reducida.
- Necesidad de inversiones destinadas a brindar entretenimiento, en una ciudad con una población cuya composición demográfica es relativamente joven.
- Mejorar y dotar de infraestructura e instalaciones a las playas y a algunos parques, como el Parque del Sur y Parque Garay.
- Sumar servicios en el casco fundacional.

- Incorporar mejor señalética en puntos turísticos panorámicos y/o importantes.

Acerca de las modalidades turísticas locales que se pueden trabajar y/o mejorar a partir de las intervenciones urbanas, se sintetizan en:

- Turismo de Naturaleza: vinculado con el turismo náutico, turismo isleño y ecoturismo.
  - Turismo de Reuniones.
  - Turismo de Ocio.
  - Turismo Religioso.
  - Turismo Cultural.
  - Turismo de Sol y Playa.
  - Turismo de Aventura.
  - Turismo Educativo.

Aunque las respuestas de cada entrevistado coinciden en ciertos tópicos y difieren en otros, debido a sus distintas trayectorias profesionales y laborales y a sus diferentes percepciones sobre las intervenciones de marketing urbano para el desarrollo turístico local, se valora la perspectiva crítica alcanzada a través de sus respuestas.

## **Análisis conjunto de los resultados**

En función de los resultados obtenidos en el trabajo de campo realizado, teniendo presente el objetivo general de esta investigación (“analizar las condiciones de postulación de la Ciudad de Santa Fe como Ciudad Creativa de la UNESCO a partir del estudio de las estrategias de marketing urbano que implementa este destino turístico”) y de acuerdo a las tendencias de proyectos urbanos que tienen relación con la cultura, la creatividad y el planeamiento urbano (Duque Franco, 2015), a continuación se realiza un análisis conjunto desde el enfoque del citymarketing y del turismo:

### *“Iniciativas de renovación y revitalización de espacios urbanos”*

Las intervenciones urbanísticas asociadas a la cultura son las iniciativas que más se han llevado a la práctica en Santa Fe. Dan cuenta de ello la reconversión funcional de algunos espacios como: La Redonda, Mercado Progreso, Molino Franchino, La Esquina Encendida, Estación Belgrano, Mercado Norte, Molino Marconetti, Puente Colgante y Museo Histórico Provincial Brigadier Estanislao López. Asimismo, el desarrollo de nuevos lugares, entre los que se encuentran el Parque de la Constitución Nacional (espacio público que combina naturaleza con cultura), El Alero y Parque Mediateca La Cumbia, sumado a la restauración y puesta en valor del Teatro Municipal y el Paseo Boulevard,

no sólo aumentan las posibilidades de cosas para ver y hacer, sino que además configuran opciones a combinar para armar propuestas de turismo urbano cultural.

**Figura 3.** Actual "Centro de Convenciones Estación Belgrano".



Fuente: fotografía tomada por Osvaldo Sosa - Agosto 2018.

### *"Industrias culturales o creativas"*

La decisión de conformar el Clúster de Diseño es un paso más para lograr que las industrias creativas de este sector comiencen a trabajar de forma cooperativa en un marco colectivo de fortalecimiento de la actividad. De esta manera, se estaría más cerca de pensar en un distrito cultural del diseño, aunque tal decisión está en manos de la gestión municipal junto a los diferentes actores de este rubro.

En cuanto al Clúster de la Cerveza Santafesina, si bien se viene realizando un trabajo mancomunado entre productores industriales y artesanales en conjunto con la Secretaría de Desarrollo Estratégico y Resiliencia de la ciudad, aún no puede hablarse de industria creativa, puesto que, en la observación de esta autora, falta más desarrollo del componente creativo aplicado al sector cervecero.

Finalmente, se destaca "Expresiva", Incubadora de Emprendimientos de Base Cultural (como las industrias culturales), abocada a los emprendedores culturales de Santa Fe y la región.

### *"Ejes o corredores culturales"*

En este aspecto, puede afirmarse que no hay ningún corredor cultural desarrollado a la fecha. No es correcto catalogar al Camino de la Constitución

como un eje, ni a las intervenciones de renovación urbana en la zona portuaria, ya que en este último caso el componente cultural no es su punto fuerte, sino más bien el ocio, la recreación y el entretenimiento.

### *“Políticas culturales”*

Indudablemente, gran parte de la política cultural santafesina gira en torno al diseño, mediante el programa “Santa Fe Polo de Diseño” y la feria “Diseña Santa Fe”.

La música también ocupa un lugar en la agenda cultural con bares habilitados para shows en vivo (aunque son muy pocos) y eventos variados durante todo el año, ya sea como eje del evento o animando exposiciones, ferias y festivales, entre otros.

El Taller de Cerámica Artesanal de La Guardia destaca como un espacio en el que la tradición se conserva a través de técnicas prehispánicas en la elaboración de objetos con materiales de la zona (la arcilla).

Por último, no puede omitirse que los espacios urbanos renovados y revitalizados y las industrias culturales y creativas son fundamentales en los lineamientos de la política cultural de los últimos diez años.

**Figura N°4.** Feria Diseña Santa Fe 2017 en el “Centro de Convenciones Estación Belgrano”.



Fuente: Notife. En línea: <http://notife.com/648508-se-viene-una-nueva-edicion-navidena-de-disena-santa-fe/>

Las ciudades recurren a la cultura por las diversas posibilidades que ofrece.

El desafío para el sector turístico local, entonces, es capitalizar el potencial de la cultura santafesina, generando propuestas que resulten atractivas para turistas y visitantes. Sin embargo, la dificultad reside en alcanzar la singularidad, ya que las estrategias que funcionan en una ciudad se cuelean en otra urbe con alguna que otra variante o, directamente, sin ningún cambio que avizore las particularidades culturales locales. En cambio, para los actores gubernamentales y del sistema cultural el reto es proyectar una imagen de ciudad basada en la cultura y la creatividad. En este sentido, contribuye y es esencial el proceso, que continúa, de recuperación, mejoramiento y ampliación del espacio público.

## CONCLUSIONES

Para iniciar las conclusiones, resultan oportunas las palabras de la autora De Elizagárate (2005, p. 40) en cuanto al marketing urbano:

“(...) la planificación urbana, que proyecta y construye las ciudades desde mediados del siglo XIX, necesita la aportación de una nueva herramienta como el marketing en la gestión de la ciudad, que desde su consideración estratégica analiza la situación actual de la ciudad, y los cambios que se esperan en su entorno, teniendo en cuenta cómo afectarán al futuro de la ciudad, y aprovechando al máximo los recursos con los que dispone.

En esta nueva situación, las técnicas de marketing preparan a la ciudad para satisfacer las demandas de calidad de vida de los residentes, así como también desarrollan atractivos para el turismo urbano y atienden a las necesidades de los inversores.”

Luego de la investigación realizada y de acuerdo a los objetivos específicos planteados, se desprende que las operaciones de marketing territorial están vinculadas, principalmente, a la recuperación arquitectónica, renovación, refuncionalización y/o revalorización del patrimonio cultural y al embellecimiento de la ciudad de Santa Fe. Las intervenciones en los espacios con naturaleza, algunos de ellos lindantes a estos sitios culturales, se han dado en menor medida. Sin embargo, quedó de manifiesto en las entrevistas la necesidad de intervenciones en los sitios naturales (con énfasis en el recurso río) y fomento de actividades en ellos, de cara a la práctica del turismo de naturaleza y de otras tipologías relacionadas a éste.

Es evidente que las políticas detalladas (medioambientales, de planeamiento urbano, culturales, socio-culturales y turísticas) han marcado un camino para que todo ello vaya concretándose. Aquí, se considera fundamental que

se lleve a la práctica lo que plantea el Restrepo (2018, p. 37) en cuanto a la vinculación entre los diferentes actores de la sociedad e impulso de políticas *bottom-up*:

“El reto está en la gestión acertada de cada proceso dinamizador que involucre interinstitucionalmente a todas las entidades públicas y privadas de la municipalidad, que procure metodologías de consulta, haga pesquisa en las rutinas de los ciudadanos, para resumir en acciones de vida que detonan el buen uso del espacio público, como referente de prácticas pedagógicas responsables, que procuren una ciudad más viva, más usada, equitativa y digna, para ciudadanos más participativos y responsables del buen uso del territorio, el espacio público y sus equipamientos.”

La cultura, material e inmaterial, tiene un rol preponderante en diversos aspectos urbanos, tales como el crecimiento, la competitividad, el desarrollo sostenible, la innovación, la cohesión social, el sentimiento de pertenencia, el turismo, entre otros. Con respecto a este último, se destaca como atractivo turístico en múltiples ciudades del planeta. En esta línea, el turismo urbano cultural en Santa Fe es y seguirá siendo una tipología vigente, dado el carácter tradicional de la ciudad, pero más aún ahora con el énfasis puesto en los emprendimientos culturales y creativos. Por ello, a juicio de esta autora, debe abrirse el camino hacia un turismo creativo basado en los activos culturales, siendo ineludible un trabajo aunado entre la población, el sector creativo y los integrantes del sector turístico local (público, privado y académico). De igual manera, la idea de la cultura como estrategia para hacer la ciudad más atractiva para los habitantes, inversores, visitantes y turistas, debería reflejarse en una imperiosa imagen y marca de ciudad para posicionar a Santa Fe en el contexto nacional, regional y global.

Esta metrópolis es Nodo Creativo del Programa Red de Ciudades Creativas de la Secretaría de Cultura de la Nación. El próximo paso podría ser la decisión gubernamental de preparar la solicitud de designación como Ciudad Creativa de la UNESCO en el campo creativo “diseño”, puesto que alberga espacios creativos y cuenta con actores para conformar el equipo de gestión y de coordinación y para cumplir cada etapa del proceso de postulación. Cabe destacar que la ciudad ya obtuvo financiamiento de organismos internacionales (como fue en los casos de la Reserva Natural Urbana del Oeste, el Mercado Norte y de emprendimientos de diseñadores independientes) y trabaja con otros en forma cooperativa.

En este sentido, las ciudades que se postulan para recibir tal designación deben responder a los criterios contemplados por UNESCO para guiar el proceso de evaluación en el campo creativo de interés. A continuación, se

detallan los mismos<sup>(2)</sup>:

1.- Sobre el motivo de la candidatura y el desarrollo de las principales oportunidades y desafíos que debe cumplir:

- Compromiso demostrado de la ciudad candidata para ayudar a alcanzar los objetivos de la red, en el nivel local y el internacional;
- Coherencia de los objetivos y prioridades de la ciudad candidata con los objetivos y campos de acción de la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO;
- Impactos esperados de mediano y largo plazo de la designación en el desarrollo sostenible de la ciudad.

2.- Sobre el proceso de preparación de la solicitud:

- Implicación demostrada del municipio en el diseño y preparación de la solicitud y la implementación del plan de acción presentado, por el cual la ciudad sería designada;
- Asociación de operadores públicos, privados y la sociedad civil en un proyecto común, apoyado por la ciudad;
- Participación del sector creativo local concerniente (creativos, organizaciones profesionales y empresas culturales) en el diseño y preparación de la solicitud.

3.- Con respecto a los activos comparativos que la ciudad candidata aportaría a la red:

- Existencia, en el momento de la solicitud, de una estrategia de desarrollo o acciones e iniciativas encaminadas a reforzar el papel de la creatividad en el desarrollo socio-económico de la ciudad y en la renovación urbana;
- Importancia histórica y el papel del campo creativo respectivo para la ciudad candidata, así como en su contexto económico y social contemporáneo;
- Contribución potencial de los activos culturales y creativos de la ciudad candidata, particularmente en el campo creativo de interés, hacia el logro de los objetivos de la red;
- Experiencia de la ciudad en la organización de ferias, conferencias, exhibiciones y otras actividades locales, nacionales y / o internacionales dirigidas a profesionales y al público en general;
- Calidad, diversidad e impacto de los mecanismos establecidos para promover la creatividad, la educación artística, la capacitación profesional, la creación de capacidades y la investigación en el campo creativo en cuestión;
- Existencia y/o desarrollo de instalaciones e infraestructuras culturales dirigidas a profesionales y público en general dedicados a la práctica, producción, promoción y difusión de actividades, bienes y servicios culturales en el campo creativo en cuestión;

(2) Traducción y resumen de "Procedimiento de Designación" – Convocatoria 2017 Red de Ciudades Creativas UNESCO. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2017). Convocatoria de candidaturas. Recuperado de <https://es.unesco.org/creative-cities/content/convocatoria-de-candidaturas>

- Calidad, relevancia e impacto de los programas para fomentar una mayor participación en la vida cultural, especialmente dirigido a sectores desfavorecidos o vulnerables de la sociedad;

- Capacidad para involucrar a las principales organizaciones profesionales y organizaciones no gubernamentales que representan a la sociedad civil en la realización del plan de acción propuesto;

- Alcance, calidad y diversidad de las iniciativas de cooperación internacional desarrolladas por la ciudad en el campo creativo de interés;

- Calidad, impacto y naturaleza innovadora de las políticas y medidas implementadas para apoyar la creación y el crecimiento de industrias culturales locales dinámicas en el campo creativo seleccionado;

- Experiencia en desarrollo local e internacional de proyectos transversales, estableciendo sinergias entre el campo creativo propuesto y otros campos creativos de la red.

#### 4.- Con respecto a las contribuciones para lograr los objetivos de la red:

- Utilizar y fomentar los principales activos culturales y creativos de la ciudad en el plan de acción propuesto;

- Pertinencia, coherencia, viabilidad y adecuación del plan de acción propuesto para el logro de los objetivos de la Red a nivel local e internacional;

- Alcance, calidad, diversidad y enfoque innovador de las iniciativas propuestas en el plan de acción para alcanzar los objetivos de la Red a nivel local e internacional;

- Inclusión de iniciativas de cooperación que involucran ciudades en países en desarrollo;

- Capacidad para crear sinergias entre el ámbito creativo elegido y otros campos creativos;

- Adecuación de la estrategia de financiación y el presupuesto propuesto;

- Establecimiento de una estructura para administrar y ejecutar el plan de acción implicando a las partes interesadas de los sectores público y privado y la sociedad civil;

- Calidad y relevancia del plan de comunicación y sensibilización sobre la Red y el impacto del plan de acción propuesto, dirigido a atraer el interés de un público amplio.

A lo largo de la investigación pudo observarse como la ciudad de Santa Fe se ha desarrollado y profesionalizado en el campo creativo del diseño y como sigue apostando a éste de cara al futuro.

Si bien es real que Santa Fe, por sus características, es un destino de corta estadía, ello no impide que se puedan seguir perfeccionando las modalidades turísticas de reuniones y de negocios, además de pensar en trabajar y/o mejorar otros tipos de turismo como el de sol y playa, religioso, educativo,

ocio y los relacionados con el recurso natural que brinda el río, tal como lo manifestaron algunos entrevistados.

Hoy en día, el turismo junto con el marketing urbano ofrecen la oportunidad de:

- Optimizar las condiciones de vida de la comunidad local.
- Contribuir al desarrollo local (social, económico, ambiental y cultural).
- Poner en valor el patrimonio material e inmaterial.
- Mejorar las características del entorno construido y de los ecosistemas de los que forman parte.
- Generar empleos de calidad.

En otras palabras, realizan su aporte a la sostenibilidad de un territorio, integrando lo humano, lo natural, lo construido y sus interrelaciones, razón de sobra para continuar trabajando por una Santa Fe turística.

Esta urbe tiene una fuerte impronta administrativa como capital de provincia. No obstante, apuesta por ser una ciudad de servicios y vinculada al turismo. Los próximos desafíos que debiera afrontar en este sentido son:

- Lograr crear productos turísticos atractivos, que posibiliten el posicionamiento nacional de la ciudad como destino turístico (creativo, cultural, de eventos y de negocios), a partir de la intervención ya realizada a los espacios urbanos y, también, de la que falta materializar.
  - Generar una apertura de conciencia en los residentes sobre la hospitalidad hacia los visitantes/turistas y el cuidado de los espacios urbanos embellecidos, al mismo tiempo que es vital elevar la valoración positiva de los propios habitantes respecto de su ciudad.
  - Elaborar un plan de marketing turístico.
  - Continuar trabajando en turismo accesible, iniciativa emprendida recientemente.
  - Mejorar la calidad de los servicios turísticos, a fin de que respondan a los estándares que demanda un mercado cada vez más competitivo.

En los marcos de las observaciones anteriores, se afirma que el camino hacia el desarrollo local del turismo está iniciado y dependerá, en parte, de que las gestiones turísticas no mermen e incluso aumenten, ya que el estado municipal tiene un rol central en este proceso y es el de liderarlo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Duque Franco, I. (2015). La cultura como estrategia de transformación y promoción urbana en Bogotá y Medellín. *Revista de Geografía Norte Grande*, (61), 25-43. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022015000200003>
- Friedmann, R. (2003). Marketing Estratégico y Participativo de Ciudades. *Revista Imago Urbis*, (1). Recuperado de <http://imagourbis.unq.edu.ar/>
- Gobierno de la Ciudad de Santa Fe (2017a). Plan Estratégico de Turismo Santa Fe 2020. Segunda Actualización 2017. Santa Fe, Argentina: Subsecretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de Santa Fe.
- Google Maps (2017). Vista aérea de la ciudad de Santa Fe [Imagen]. Recuperado de <https://goo.gl/mfQpCp>
- Herrera-Medina, E., Bonilla-Estévez, H. y Molina-Prieto, L. (2013). Ciudades creativas: ¿paradigma económico para el diseño y la planeación urbana? *Bitácora* 22, (1), 11-20. Recuperado de [http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/11-20/pdf\\_465](http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/11-20/pdf_465)
- Notife (12 de diciembre de 2018). Feria Diseña Santa Fe [Fotografía]. Recuperado de <http://notife.com/648508-se-viene-una-nueva-edicion-navidena-de-disena-santa-fe/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2016). Red de Ciudades Creativas. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/creative-industries/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2017). Convocatoria de candidaturas. Recuperado de <https://es.unesco.org/creative-cities/content/convocatoria-de-candidaturas>
- Paz, S. & Tkachuk, C. (Diciembre 2004). Tiempo de City Marketing: la imagen de Rosario. Trabajo presentado en 1° Seminario Virtual "Marketing de Ciudades y Desarrollo Urbano" de Imago Urbis. Recuperado de [http://hm.unq.edu.ar/archivos\\_hm/SP\\_CT\\_tiempos\\_Marketing.pdf](http://hm.unq.edu.ar/archivos_hm/SP_CT_tiempos_Marketing.pdf)
- Restrepo Lalinde, G. (2018). Distrito cultural Plaza Botero-Museo de Antioquia en Medellín. *Revista Ciudades Creativas Kreanta*, 3, 29-37. Recuperado de <https://www.ciudadescreativas.org/numero-3-abril-junio-2018/>

Sosa, O. (2018). Centro de Convenciones Estación Belgrano [Fotografía]. Santa Fe, Argentina.

Sosa, O. (2018). Letras corpóreas y Puente Colgante en la Costanera Santafesina [Fotografía]. Santa Fe, Argentina.

## Universidades Integrantes



Universidad Nacional del Comahue



Universidad Nacional de Mar del Plata



Universidad Nacional del Sur



Universidad Nacional de Misiones



Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco



Universidad Nacional de San Juan



Universidad Nacional de Lanús



Universidad Nacional de La Plata



Universidad Nacional de Quilmes



Universidad Nacional de San Martín



Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires



Universidad Nacional de San Luis



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



Universidad Nacional de Río Negro



Universidad Nacional de la Patagonia Austral



Universidad Nacional de Cuyo



Universidad Nacional de Avellaneda

**educo**  
Editoria Universitaria  
Universidad Nacional del Comahue

**CiN REUN**  
Revista de Editoriales  
de Universidades Nacionales  
de la Argentina