

20
ANIVERSARIO

Estudios y Perspectivas en Turismo



Volumen 20

Número 5

2011

ISSN 1851-1732



CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS TURÍSTICOS

Estudios y Perspectivas en Turismo

Comité Editor

Editora en Jefe

• Regina G. Schlüter • Universidad Nacional de Quilmes - Argentina

Editora asociada

• Alicia Ledesma • Universidad Nacional de Rosario - Argentina

Equipo Editorial

• Paula D'Urso • Universidad Nacional de Quilmes - Argentina

• Marcelo D. García • Universidad Nacional de Quilmes - Argentina

Comité Editorial

- Salvador Anton Clavé • Universidad Rovira I Virgili - España
- Stella Maris Arnaiz Burne • Universidad de Guadalajara - México
- Alfredo Ascanio • Universidad Simón Bolívar - Venezuela
- Margarita Barretto • Universidad Federal de Santa Catarina - Brasil
- Mario Carlos Bení • Universidad de San Pablo - Brasil
- Alicia Bernard • Universidad de Las Américas Puebla - México
- Rodolfo Bertoncello • Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Claudia Breede Eyzaguirre • Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Juan Gabriel Brida • Free University of Bolzano - Italia
- Rossana Campodónico • Universidad de la República - Uruguay
- Alejandro Capanegra • Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Alfredo César Dachary • Universidad de Guadalajara - México
- Mariano Chirivella Caballero • Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Sanda Corak • Universidad de Zagreb - Croacia
- Patricia Domínguez Silva • Universidad de las Américas Puebla - México
- Ana María Dupey • Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Erdogan Ekiz • Taylor's University - Malasia
- Cayetano Espejo Marín • Universidad de Murcia - España
- Sérgio Ferreira Lopes • Instituto Politécnico do Cávado e do Ave - Portugal
- José Manoel Gándara • Universidad Federal de Paraná - Brasil
- Luiz G. Godoi Trigo • Universidad de San Pablo - Brasil
- Margaret Hart • Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Jafar Jafari • University of Wisconsin-Stout - EE.UU.
- Maximiliano Korstanje • Universidad de Palermo - Argentina
- Anaida Meléndez U. • Universidad del Zulia - Venezuela
- Allan S. Mills • Virginia Commonwealth University - EE.UU.
- Sergio Molina E. • Universidad Intercontinental - México
- José Mondéjar Jiménez • Universidad Castilla La Mancha - España
- Pedro A. Neiff • Universidad J. F. Kennedy - Argentina
- Juana Norrild • Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos - Argentina
- Simão Oliveira • Instituto Politécnico de Leiria - Portugal
- Maribel Osorio • Universidad Autónoma del Estado de México - México
- Douglas Pearce • Victoria University of Wellington - Nueva Zelanda
- Mirian Rejowski • Universidad Anhembi Morumbi - Brasil
- María Luisa Rendón • Universidad del Centro - Perú
- Doris Ruschmann • Universidad do Vale do Itajaí - Brasil
- Eros Salinas Chávez • Universidad de La Habana - Cuba
- Agustín Santana Talavera • Universidad de La Laguna - España
- Miguel Seguí Llinàs • Universidad de las Islas Baleares - España
- María Jesús Such Devesa • Universidad de Alcalá - España
- Pablo Szmulewicz Espinosa • Universidad Austral de Chile - Chile
- Alicia Tagliorette • Universidad Nacional de la Patagonia Austral - Argentina
- Peter Tarlow • The George Washington University - EE.UU.
- Raúl Valdez • Universidad de las Américas Puebla - México
- Fernando Vera Rebollo • Universidad de Alicante - España
- Alejandro Villar • Universidad Nacional de Quilmes - Argentina
- Geoffrey Wall • Waterloo University - Canadá
- Jorge Zamora • Universidad de Talca - Chile
- Sandra Zapata Aguirre • Universidad Colegio Mayor de Antioquia - Colombia

Estudios y Perspectivas en Turismo es una publicación con referato de aparición bimestral que analiza al turismo desde la óptica de las Ciencias Sociales y constituye un foro interdisciplinario para la expansión de las fronteras del conocimiento en la materia.

Los artículos son arbitrados anónimamente y lo expresado constituye la exclusiva responsabilidad de los autores. El equipo editorial toma todos los recaudos disponibles para asegurarse que el contenido de esta publicación sea correcto. Por lo tanto, no asume ninguna responsabilidad por las consecuencias derivadas de una interpretación no adecuada o que induzca al engaño.

Registro de la propiedad intelectual número 117307. Queda prohibida la reproducción y la transmisión total o parcial por cualquier sistema de recuperación o método - incluyendo el fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información - sin autorización escrita del editor según Ley 11.723.

Los lineamientos para la preparación de artículos se encuentran disponibles en www.cieturisticos.com.ar y en www.estudiosenturismo.com.ar donde se pueden descargar los volúmenes en formato PDF a partir del número 12.

Estudios y Perspectivas en Turismo se encuentra indizada en:

- C.I.R.E.T.
- Latindex
- Qualis
- SciELO
- Unired
- Redalyc
- EBSCO
- DIALNET
- Informe Académico y Academic OneFile

Ha sido incorporada al Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas por Resolución 1071/07 del CONICET y renovada por el período agosto 2010 - julio 2013, según nota del 24 de noviembre de 2010 de CAICYT - CONICET.

© Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

© Regina Schlüter

CANJE Y SUSCRIPCIONES

Toda información relativa a suscripciones anteriores al Volumen 17 (año 2008) favor de dirigirse a Fernando García Cambeiro, Latin American Books & Serials: cambeiro@latbook.com.ar

Por cualquier otra información adicional dirigirse a:

Av. Libertador 774 · 6to "W" | Código Postal: C1001ABU - Buenos Aires - Argentina

Teléfono / fax: (5411) 4815-3222 | Email: cietcr@uolsinectis.com.ar

Sitios web: www.cieturisticos.com.ar | www.estudiosenturismo.com.ar

LINEAMIENTOS PARA LA PREPARACIÓN DE ARTÍCULOS

Estudios y Perspectivas en Turismo considerará para su publicación artículos que versen sobre los variados aspectos del fenómeno turístico: económicos, sociológicos, geográficos, antropológicos, psicológicos, etc.

Los trabajos recibidos serán sometidos a un arbitraje anónimo por lo cual deberán estar acompañados de una hoja en la que sólo consten los datos de filiación del/los autor/es (brevísimos currículum, dirección postal y dirección electrónica). Asimismo, se requerirá del compromiso de no remitir dicho trabajo simultáneamente a otros medios para su publicación.

Los artículos serán publicados en español con un resumen en español e inglés. Sin embargo, se recibirán originales en portugués, inglés, alemán y francés.

La dirección de la revista se reserva el derecho de realizar cambios en la redacción. En caso de considerarse la no publicación de un trabajo se notificará al/los autor/es pero no se asume el compromiso de devolver los originales recibidos.

Forma de presentación. Los artículos deberán estar escritos en hojas tamaño A4, en una sola faz, interlineado 1,5 y dejando amplios márgenes. Su extensión ideal es de 20 carillas debiendo hacer referencia a estudios concretos dejando de lado la retórica. En la redacción no se permite la utilización de la primera persona ya sea singular o plural (yo o nosotros). Los originales constarán de un resumen (con palabras clave), una introducción, un cuerpo con subtítulos, una conclusión o comentario final y referencias bibliográficas. Si hubiere agradecimientos, éstos se incluirán antes de las referencias bibliográficas.

Las citas dentro del texto se individualizarán con el siguiente orden de datos: autor, fecha y página/s; por ejemplo (Schlüter, 2005 : 143). No se aceptarán notas al pie de página. Los cuadros, gráficos y mapas serán incluidos al final y numerados con números arábigos en orden progresiva haciendo una clara referencia en el texto al lugar donde deberán ser insertados. Deberán estar hechos de manera tal que no requieran de ningún retoque posterior y ajustarse a las medidas de la página de Estudios y Perspectivas en Turismo.

Con respecto a las referencias bibliográficas -en el caso de libros- es indispensable que se consignen siguiendo el orden alfabético del apellido de los autores, año de edición, título completo, editorial, ciudad. Ejemplo:

Schlüter, R. (2008) "Turismo. Una visión integradora". Ciet, Buenos Aires

En el caso de revistas el orden de los datos es el siguiente: apellido y nombre del/los autores, año, título del artículo, nombre de la publicación de la que proviene, número del volumen, número de la revista entre paréntesis, numeración de las páginas que ocupa el artículo. Ejemplo:

César Dachary, A. & Arnaiz Burne, S. M. (2006) "El estudio del turismo ¿Un paradigma en formación?" Estudios y Perspectivas en Turismo 15(2):179-192

Los originales se enviarán por correo electrónico en formato Word al mail: cietcr@uolsinectis.com.ar con copia a regina_schluter@yahoo.com

ÍNDICE

Los conflictos buenos (y no tan buenos). Las relaciones sociales entre las micro y las pequeñas empresas en destinos turísticos de Brasil 977

Helena Araújo Costa y Elimar Pinheiro do Nascimento

Análisis estratégico de la oferta turística portuguesa.

El análisis de importancia – valoración (IPA) 997

Sérgio Dominique Ferreira Lopes y José Agostinho Veloso da Silva

La agenda pública del turismo en Argentina y Brasil

durante la década de 2000..... 1009

Mariana Pereira Chavez Pimentel y Thiago Duarte Pimentel

La cultura como recurso turístico de las ciudades. El caso de la

patrimonialización del tango en Buenos Aires, Argentina 1027

Marian Gómez Schettini, Analía Almirón y Mercedes González Bracco

Satisfacción laboral como factor crítico de la calidad. El caso del sector

hotelero de la provincia de Córdoba – España 1047

Francisco Gómez Santa Cruz, Sandra M^a Sánchez Cañizares y Tomás López-Guzmán

Los emprendimientos turísticos y sus efectos.

El caso del Hotel - Casino en Victoria, Entre Ríos, Argentina 1069

Julia Piñeiro Carreras

La percepción del riesgo en los turistas con discapacidad física.

Una propuesta de abordaje específico 1084

Jarlene Rodrigues Reis

**Los procesos de migración de amenidad y la competitividad de destinos
turísticos de montaña del oeste canadiense y
de la norpatagonia argentina 1102**

Rodrigo González

**Territorio, turismo y desarrollo sustentable en la Quebrada de Humahuaca.
Paisajes y naturaleza al servicio de la práctica turística 1123**

Lucila Salleras

Rito, cambio cultural y la naturaleza cíclica del turismo 1144

Roque Pinto

**Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacio naturales
protegidos. El caso de Andalucía - España 1154**

Ana Gessa y Nuria Toledano

Representaciones sociales del fenómeno turismo sexual.

Análisis de notas periodísticas 1175

Marcela Ferreira Marinho y Marcia María Cappellano dos Santos

DOCUMENTOS ESPECIALES

**Ecoturismo científico en la planicie costera del extremo litoral sur del
estado de São Pablo – Brasil 1196**

José Ricardo de Almeida y Kenitiro Suguio

Turismo y visitas a las áreas protegidas.

Breve referencia al Portugal continental 1214

Víctor Figueira

RESEÑA DE PUBLICACIONES

Montevideo ciudad balnearia (1900 – 1950).

El municipio y fomento del turismo 1233

Juana A. Norrild

LOS CONFLICTOS BUENOS (Y NO TAN BUENOS)

Las relaciones sociales entre las micro y pequeñas empresas en destinos turísticos de Brasil

Helena Araújo Costa*
Elimar Pinheiro do Nascimento**
Universidade de Brasília - Brasil

Resumen: Este artículo trata del elemento conflictivo presente en las relaciones sociales que involucran a las micro y pequeñas empresas (MPE) del turismo. El objetivo es analizar los conflictos de las MPE turísticas en lo que respecta a los actores involucrados, las causas, la evolución y los resultados. Se eligió como lugar de estudio la ruta formada por las regiones de Jericoacoara (Ceará), Delta do Parnaíba (Piauí) y Lençóis Maranhenses (Maranhão), también conocida como Costa Norte. La metodología se desarrolló en dos etapas. La primera, cualitativa, con observación y entrevistas semi-estructuradas; y la segunda, cuantitativa, que contó con 213 entrevistados. Los resultados revelaron que los principales conflictos se asemejan en las tres localidades. Los conflictos más evidentes ocurren, en primer lugar, entre las empresas y los gobiernos locales, seguidos por los conflictos de ellas con los operadores autónomos de la actividad turística. En tercer lugar surgen los conflictos entre las propias empresas locales de turismo. Las razones más comunes de los conflictos son la falta de acción del gobierno local y la excesiva competencia entre las empresas y los operadores autónomos en los destinos. Además, los resultados observados con mayor frecuencia son las pérdidas de oportunidades para la localidad y para los propios negocios. También se identificaron resultados positivos para que se consolide la gobernanza local en los destinos turísticos analizados, tales como la ampliación del diálogo, la representatividad de segmentos antes excluidos, y mejoras en algunos aspectos de la calidad de vida de la población.

PALABRAS CLAVE: conflictos, micro y pequeñas empresas (MPE), turismo, Brasil.

Abstract: *The Good (And Not So Good) Conflicts: Social Relationships of Micro and Small Businesses in Brazilian Tourist Destinations.* This article examines the conflictive component of social relations involving micro and small tourism enterprises. The paper aims to analyze the conflicts that involve these tourism businesses in terms of the social actors involved, reasons for their occurrence, consequences and results for the enterprises and the destinations. The empirical research explores the northern Brazilian coastal area, which includes three main destinations: Jericoacoara (Ceara), Delta do Parnaíba (Piauí) and Lençóis Maranhenses (Maranhão), also known as the North Coast. The methodology was designed in two steps. The first was a qualitative observation followed by interviews. The second was a survey of 213 firms. The results show that the main conflicts are similar in the three analyzed destinations. The

* Doctora en Desarrollo Sustentable (Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília (CDS/UnB, Brasília), y se desempeña como Profesora del Departamento de Administración de la Universidad de Brasília, Brasil, y del Programa de Pós Graduação em Administração (UnB), Brasília. Asimismo es investigadora del Laboratorio de Estudios en Turismo y Sustentabilidad (LETS/UnB), Brasília, Brasil. E-mail: helenacosta@unb.br.

** Sociólogo y Doctor en Sociología por la Université René Descartes, Paris, Francia. Se desempeña como Profesor del Centro de Desarrollo Sustentable (CDS) de la Universidad de Brasília (UnB), Brasil, donde es su actual director. Coordinador del Laboratorio de Estudios en Turismo y Sustentabilidad (LETS/UnB). E-mail: elimarcads@gmail.com

most evident conflicts occur between the mentioned tourist companies and the local governments, followed by conflicts between the firms and the informal tourism operators. Only in third place arise the conflicts among the local tourism businesses themselves. The most cited reasons for conflicts are the lack of governmental action and regulations, which leads to the second reason that is excessive competition among local tourism firms and the informal tourism operators in the tourism destinations. Moreover, conflicts resulted in missed opportunities for destination development and for their own businesses. However, positive results have also been identified. They are related to the consolidation of local governance expressed by the broader dialogue among social actors of the tourism industry, the inclusion of representatives from previously excluded sectors, and the improvements in some conditions of the population life.

KEY WORDS: *conflicts, micro and small enterprises, tourism, Brazil.*

INTRODUCCIÓN

Las relaciones entre los actores sociales del turismo han sido ampliamente estudiadas en función de los esperados beneficios asociados al fortalecimiento de la cohesión social (Gonzalez-Herrera & Iglesias-Montero, 2009) y al establecimiento de condiciones de gobernabilidad en el destino turístico (Paskaleva-Shapira, 1999; Nordin & Svensson, 2005). Generalmente, los estudios tienden a enfocar la cooperación entre dichos actores porque existe la expectativa de que ésta propicie condiciones para una mayor sustentabilidad del destino y una mayor competitividad de las empresas (Selin & Beason, 1991; Casarotto Filho & Pires 1999; Olave & Amato Neto, 2001; Breda, 2004; Beritelli, 2011). En lo que hace a las empresas turísticas de pequeño porte, también se le ha dado una atención especial a la cooperación y sus potenciales resultados (Bramwell & Lane, 2000; Watkins & Bell, 2002; Clarke, 2004; Fyall & Garrod, 2005; Thomas, 2007b).

Sin embargo, las relaciones sociales son como una moneda con dos caras: la cooperación y el conflicto, siendo este último entendido como las interacciones que producen discordancia, generalmente provocada por la confrontación de intereses, valores y concepciones divergentes.

Diversas teorías sociológicas y estudios de las relaciones entre organizaciones tienden a ignorar ilusoriamente el conflicto como parte de las relaciones establecidas en la sociedad y mantener una interpretación parcial de dichas relaciones (Birnbaum, 1995). Una razón que puede ser apuntada es la percepción del conflicto como malo, destructor y portador de efectos negativos. En contrapartida, existe una fundamentación teórica que asume que el conflicto es esencial para la cohesión social, la formación de grupos y la construcción del tejido social (Coser, 1964; Simmel, 1969) lo que lleva a entender que el conflicto puede ser revestido de un carácter positivo. De esa contraposición nace este estudio y surge el título de este trabajo.

Los conflictos también conforman un escenario complejo de acción política (Little, 2001), pero aún están poco desarrollados los estudios que buscan explicar la cooperación como una relación con potenciales efectos positivos para el destino turístico. Raras son las investigaciones teórico-empíricas que hacen uso de un abordaje positivo del conflicto. Especialmente en el campo del turismo, la única excepción encontrada fue en Lovelock (2002), quien muestra al conflicto entre los actores como una fuerza positiva a favor de la preservación de las áreas naturales. A partir de la identificada escasez de estudios empíricos que reconocen los conflictos como constitutivos de las relaciones sociales, este estudio plantea la pregunta: ¿cuáles son los principales conflictos que involucran a las micro y pequeñas empresas del turismo y sus consecuencias en relación a la sustentabilidad de los destinos turísticos?

Se entienden como positivos para la sustentabilidad los conflictos que resultan en la promoción del diálogo, compartir el poder e incrementar la democracia. Por otro lado, si concentran el poder excluyen a la población, maximizan los daños ambientales y hacen valer decisiones corporativistas e individualistas sin ganancias colectivas no serán considerados favorables a la sustentabilidad del destino, como puede ser delineado a partir de la literatura acerca de la sustentabilidad como modelo de desarrollo (Norgaard, 1999; Sachs, 2000; Buarque, 2004; Sachs, 2004; Bursztyn & Bursztyn, 2006; Lenzi, 2006).

El objetivo del artículo es analizar los conflictos que involucran a las micro y pequeñas empresas (MPE) de turismo, la evolución y los resultados tanto positivos como negativos. Para la verificación empírica se eligió la ruta integrada brasileña formada por las regiones de Jericoacoara (Ceará), Delta do Parnaíba (Piauí) y Lençóis Maranhenses (Maranhão), también conocida como Costa Norte. Esta elección se justifica por una serie de factores, entre ellos, el contexto de pobreza, el dinamismo de la actividad turística y la fragilidad ambiental, que proveen elementos interesantes para hacer un análisis socio-ambiental; junto a la creación de un consorcio interestatal para el turismo con la finalidad de integrar.

EL CONFLICTO COMO ELEMENTO DE LAS RELACIONES SOCIALES

Los conflictos son entendidos como interacciones que expresan discordancia y divergencia (Mcintyre, 2007) e implican rivalidad (Tremblay, 1998; Watkins & Bell, 2002; Leiper, 2003). Es importante señalar que un conflicto social surge cuando dos o más individuos o grupos manifiestan objetivos (Kriesberg, 2003) y percepciones o valores (Nascimento, 2001) incompatibles. Los adversarios pueden ser individuos, organizaciones o grandes grupos como gobiernos, religiones o identidades (Ximenes, 2006); que exhiben sus creencias, objetivos e intenciones.

Una estructura social es producida por las interacciones entre las relaciones de conflicto y las relaciones cooperativas (Simmel, 1969). Dicha interacción puede ser vista con claridad cuando los miembros se unen en forma cooperativa o como coalición contra los enemigos comunes, pues las

funciones conectivas del grupo, desarrolladas por el conflicto, crean fronteras fortaleciendo la conciencia grupal (Coser, 1964; Simmel, 1969). Por lo tanto, se puede presuponer que la cooperación y el conflicto no se oponen radicalmente y que el tejido social no se forma exclusivamente con uno u otro tipo de relación. Revisando los estudios sociológicos se ve que, tradicionalmente, dichas relaciones eran tratadas de forma antagónica, dividiendo los abordajes teóricos en dos interpretaciones de la realidad (Birnbaum, 1995; Bobbio & Matteucci et al., 1995):

1. *La perspectiva de la integración*: el orden y el consenso adquieren relevancia (Nascimento, 2001). El conflicto es visto como patológico y disfuncional. Esta visión se basa en el concepto de que los conflictos deben ser prevenidos, contenidos o eliminados (Kriesberg, 2003);

2. *La perspectiva del conflicto*: la armonía y el equilibrio son vistos como extraños a la sociedad, naturalmente conflictiva (Birnbaum, 1995). El conflicto tiene relaciones con la vitalidad, la posibilidad de cambio y la cohesión. Es entendido como inherente a la dinámica social y no tiene una connotación negativa del disturbio del orden.

Los conflictos son diferentes entre sí y pueden ser más o menos importantes, amenazadores e irreparables (Gray & Coleman et al., 2007). También evolucionan de formas distintas y varían de acuerdo con múltiples dimensiones, fuerzas, recursos y objetivos. Este trabajo no trata de los conflictos violentos, aunque, como señalan Bobbio et al. (1995), la violencia es un recurso empleado en situaciones conflictivas. Aquí se abordan los conflictos sin consecuencias violentas como guerras o golpes físicos.

El concepto que frecuentemente se utiliza en los estudios de las relaciones entre empresas tiende a considerar que *la organización es preferible a la fragmentación; y la cooperación es preferible al conflicto* (Lovelock, 2002: 7). Sin embargo, analizando un aspecto poco explorado, Casson & Giusta (2007) usan la expresión “efectos perversos de la cooperación” entre negocios, para indicar cómo ellos restringen el comercio y concentran el poder. Paralelamente, también se pueden aventurar ventajas y desventajas del conflicto.

Ciertamente, existen conflictos destructores como los que muestra Schelling (The Royal Swedish Academy of Sciences, 2005). En el ámbito de los negocios se producen daños causados por la excesiva competencia y la deslealtad. Pero no todos los conflictos son contraproducentes (Coser, 1964; Kriesberg, 2003). Aquellos considerados “constructivos” son los que no tienen violencia y amplían la posibilidad del diálogo entre los grupos. Kriesberg (2003) ejemplifica algunos: luchas para preservar el medioambiente, para deponer un régimen autoritario, o para tener el derecho a votar. El autor destaca la existencia de un conflicto debidamente regulado e institucionalizado como medio efectivo para promover la justicia y contribuir a la organización de la sociedad a largo plazo. Los resultados positivos de los conflictos pueden ser observados para la localidad donde ocurren como promotores de modificaciones y de nuevas leyes; y facilitadores del desarrollo de nuevas estructuras

institucionales, de la concientización de normas antes latentes, y de la participación en la vida social (Coser, 1964).

Especialmente para las MPE, se espera que la intervención en los conflictos genere beneficios como la creación de nuevas normas, la adopción de políticas públicas más inteligentes y la creación de un ambiente macroeconómico más favorable a la competitividad de las mismas, que tienden a tener un bajo impacto sobre los ambientes sociales y políticos donde se insertan (Thomas, 2007a). Aumentar el diálogo entre los actores sociales más relevantes, ampliar la infraestructura requerida para el trabajo de las MPE, proteger el medioambiente, y generar condiciones de inclusión de la población local por medio del trabajo pueden ser algunos de los resultados positivos de los conflictos en busca de la sustentabilidad contemplando no sólo aspectos económicos sino también ambientales y sociales de forma equilibrada (Binswanger, 1999; Bursztyn & Bursztyn, 2006; Lenzi, 2006; Valls, 2006).

En la bibliografía sobre turismo, el conflicto aparece de distintas maneras. Hay estudios que enfatizan la relación entre los turistas y los habitantes (Maitland, 2008); o los impactos de las guerras, el terrorismo y los conflictos étnicos en el turismo (Sonmez et al., 1999); o los debates centrados en los conflictos territoriales sobre el uso y la gestión de los recursos (Melo & Irving, 2007; Vallejo, 2007); o los argumentos a favor del turismo como una actividad que disminuye los conflictos y aumenta la tolerancia entre los pueblos (Unwto, 2008).

Los conflictos inherentes a la vida social tienden a ser ignorados en el debate sobre el turismo sustentable. Esto muestra que la comunidad es homogénea y es afectada de modo similar por el turismo, lo que no se condice con la realidad (Richards & Hall, 2002). Pocas excepciones tienen en cuenta la existencia del conflicto entre los actores sociales del turismo y lo analizan. Wilkinson & March (2008) consideran al conflicto en el análisis de las redes turísticas. Los autores reconocen que existe una continuidad entre las relaciones que pueden variar de la simbiosis a una relación predatoria proporcionada por la pelea por los recursos escasos. Sólo Lovelock (2002) fue identificado como un autor que introdujo en el debate de la sustentabilidad del turismo, al conflicto. Éste reconoce que la literatura del área tiende a no considerar al conflicto entre los actores sociales como constructivo, principalmente en las áreas ambientalmente delicadas (Lovelock, 2002). Aunque muestra que el conflicto entre las ONGs y los otros actores, por la preservación ambiental, puede generar impactos positivos para la sustentabilidad del destino turístico. Restringe su perspectiva a las cuestiones ambientales resultantes del conflicto. La propuesta de este artículo consiste en tomar como base a la sustentabilidad (Sachs, 2000; Nascimento & Vianna, 2007) y los posibles efectos de los conflictos en las dimensiones social, ambiental y económica.

MÉTODOLÓGICA

Se inició el trabajo con un estudio cualitativo de carácter exploratorio con observación directa del lugar y entrevistas semi-estructuradas en 11 de los 12 municipios que conforman la ruta, además de las capitales de los estados en cuestión. La saturación fue el criterio para estipular la muestra en la primera etapa (Fontanella et al., 2008), que contó con 53 entrevistados. Los objetivos de esta etapa fueron identificar los actores locales representativos del turismo en las localidades (Duarte, 2002), mapear de manera preliminar las relaciones y los conflictos de las MPE, y familiarizar a los investigadores con la región y sus actores para permitir la construcción y aplicación de una entrevista en la segunda etapa, adaptada a la realidad tanto en su lenguaje como en su contenido.

Las preguntas presentadas a los entrevistados fueron dos: ¿Cuáles son los principales puntos de discordancia / fricciones / conflictos entre la comunidad, empresarios y poder público en relación al turismo? ¿Con quién se producen los principales conflictos? Uno de los resultados que llamó la atención en esta etapa fue la evasión del abordaje de los conflictos por parte de los entrevistados, como si existiera cierto recelo para hablar del tema. Aparentemente las preguntas fueron muy directas y no se consideró que era un tema sobre el cual las personas evitaban hablar. La tendencia fue decir que no existía ningún conflicto, mostrando la necesidad de crear una herramienta más estructurada para obtener los datos en la etapa siguiente.

En la segunda etapa se realizó un abordaje cuantitativo. Se llevó a cabo una encuesta en las MPE de turismo de Barreirinhas, Parnaíba y Jericoacoara, los principales destinos turísticos de la Costa Norte. Fueron consideradas válidas 213 entrevistas, generando un índice de respuesta del 90,6%. El análisis de las respuestas mostró que 61 eran provenientes de Barreirinhas, 42 de Parnaíba y 110 de Jericoacoara, lo que refleja la relevancia del sector turístico para la economía en cada lugar (Costa, 2009). Comparativamente, Jericoacoara, por ser un destino turístico de gran importancia nacional e internacional (Instituto Marca Brasil et al., 2006; Sebrae et al., 2006) y el más consolidado, presenta una cadena productiva más numerosa y una mayor cantidad de empresas que atienden los criterios de la investigación. En el lado opuesto se ubica Parnaíba, donde las actividades turísticas se desarrollan con dificultad.

La recolección de los datos fue hecha por medio de entrevistas estructuradas realizadas por entrevistadores en encuentros individuales con los sujetos de la muestra, que eran propietarios / socios, gerentes o directores empresariales de establecimientos con actividad principal de hospedaje, alimentación, transporte turístico y/o paquetes receptivos (paseos y guías). Las variables y preguntas empleadas se presentan en el Cuadro 1.

A fin de mapear el conflicto, se preguntó: “¿Con quién tiene fricción o desentendimientos su empresa?”. A partir del aprendizaje adquirido en la primera etapa, se definió una lista de 9 clases de actores determinadas en las entrevistas cualitativas como aquellas con las que había conflicto

potencial o efectivo por parte de las MPE. La lista era leída al entrevistado quien debía responder sí o no para cada ítem. Este formato fue intencional pues la lista de posibles actores sociales podría ayudar a superar la resistencia a tratar el conflicto, percibida en la etapa exploratoria del estudio. Además, se incorporaron otras dos posibilidades de respuesta: otros (para absorber posibles conflictos no identificados anteriormente) y ningún conflicto, marcado sólo en el caso de que esta respuesta fuera emitida claramente por el entrevistado. Con esta pregunta fue posible generar una variable *dummy* (binaria) sobre la participación en los conflictos.

Cuadro 1: Variables y preguntas empleadas en la investigación

Variable y Descripción	Pregunta de la entrevista y categorías de respuesta	N válidos
Dependiente: Conflicto		
Principales conflictos	Con quién se da la principal falta de entendimiento? 1. empresas de turismo de la ciudad 2. empresas de otros sectores 3. empresas de otras ciudades 4. cooperativas/asociaciones 5. autónomos 6. gobierno municipal 7. organismo ambiental 8. comunidad/pobladores 9. ONG ambiental 10. Otros 11. Ningún conflicto	213
Participación en los conflictos de diversos actores sociales	La empresa tiene alguna discrepancia con los actores sociales locales: si o no (<i>dummy</i> a partir de las respuestas a la pregunta anterior : si = 1 a 10, no =11)	213
Causas del conflicto	Por qué sucedieron estos problemas/discrepancias? (pregunta abierta)	58
Consecuencias del conflicto	Hubo algún intento de solución? si o no (<i>dummy</i>). En caso afirmativo, cuál (pregunta abierta)	43
Resultados generados por los conflictos	1. más discrepancias entre los participantes del conflicto 2. formación/fortalecimiento de los grupos o asociaciones 3. ruptura de las asociaciones 4. mejoras para la ciudad 5. pérdida de negocios para las empresas 6. pérdida de oportunidades de mejorar la ciudad 7. otros resultados	34
Independiente: Localización		
Dónde se localiza la empresa	Jericoacoara Parnaíba Barreirinhas	213

Fuente: Elaboración propia

Para comprender las razones de los conflictos y sus posibles soluciones, se presentaron las preguntas que aparecen en el Cuadro 1. Finalmente, para dar cuenta de los posibles resultados del conflicto se ofrecieron opciones que articulaban condiciones favorables y desfavorables creadas para el destino a partir de estas relaciones en las dimensiones sociales, ambientales y económicas.

Los datos cualitativos provenientes de las preguntas abiertas de la entrevista fueron agregados en categorías de análisis conforme la técnica de análisis de contenido (Bardin, 1977). Los datos cuantitativos fueron tratados con instrumentos estadísticos con soporte del software SPSS 16.0. Para el análisis de los datos fueron utilizadas medidas descriptivas (de tendencia central y de dispersión), las medidas de asociación entre las variables categóricas. Las mismas fueron calculadas utilizando el Chi-cuadrado (Q) y el Coeficiente de Contingencia (C), con significancia aceptada a nivel del 5% (Malhotra, 2001; Norusis, 2002).

Haciendo una lectura general de las respuestas de la muestra se observa que, el hospedaje, es la principal actividad representando el 45,1% de las MPE de turismo entrevistadas en la Costa Norte. La siguen las empresas de gastronomía (26,8%), y la menor mención la obtuvieron las empresas del transporte turístico (4,2%). La mayoría de las empresas pertenece a la categoría micro (80,3% de los casos) y el resto son pequeñas empresas. En el sector de servicios se entiende por micro empresas a aquellas que poseen hasta 9 personas empleadas y como pequeñas empresas a aquellas que poseen entre 10 y 49 empleados (Sebrae, 2007).

ÁREA DE ESTUDIO: LA COSTA NORTE

La región estudiada es designada por las políticas públicas federales como Costa Norte. Es una de las rutas integradas resultantes del programa de regionalización del desarrollo de la actividad turística en Brasil, cuyo objetivo es *“promover el crecimiento económico, la creación y el mantenimiento de nuevos puestos de trabajo, de forma de buscar el desarrollo sustentable en las regiones turísticas involucradas”* (Mtur, 2005). La ruta abarca una franja del litoral que pasa por tres estados (Maranhão, Piauí y Ceará). En línea recta, la región posee cerca de 300 kilómetros y está formada por doce municipios, organizados en tres regiones:

- Región de los Lençóis Maranhenses (MA): Araiões, Tutóia, Água Doce do Maranhão, Paulino Neves y Barreirinhas;
- Región del Delta do Parnaíba (PI): Cajueiro da Praia, Luís Correia, Ilha Grande y Parnaíba;
- Región de Jericoacoara (CE): Jijoca de Jericoacoara, Camocim y Barroquinha.

El turismo en el territorio se vincula principalmente con la recreación, la contemplación, el deporte y la aventura en el medioambiente natural. Los principales atractivos de la región son los Parques Nacionales de los Lençóis Maranhenses y de Jericoacoara y las Áreas de Protección Ambiental Federales del Delta do Parnaíba y de Jericoacoara. Estos son los atractivos naturales de mayor

interés turístico en la región (Lima, Coppe, Ufrj, 2006) además de las playas existentes en 11 de los 12 municipios.

Merece consideración la disparidad de la realidad del turismo en las localidades investigadas, ya que los destinos presentan ciclos de vida bastante diferenciados y una fuerte distinción en lo que respecta, no sólo al flujo de turistas sino también a los servicios turísticos ofrecidos. Además de Barreirinhas, Parnaíba y Jericoacoara, todas las demás localidades tienen una posición más de ruta que de destino dentro del sistema turístico de Leiper (2003).

La Costa Norte presenta un contexto de acentuada pobreza confirmado por lo bajos resultados de IDH -menores que las medias de Brasil (0,766)- siendo el más bajo el de Araioses (0,486) y el más alto el de Parnaíba (0,579) (Pnud, 2006). La región posee un contexto de fragilidad ambiental, con pérdida de identidad cultural en algunos casos, escasas alternativas económicas y disparidad en la inserción de sus destinos en el mercado del turismo (Nascimento et al., 2010). Por otro lado, ha recibido gran atención por parte de las políticas públicas con intervenciones vinculadas al turismo, siendo pionera en la creación de un consorcio interestatal para la gestión de la región. Algunos municipios ubican al turismo como el sector económicamente más productivo, particularmente Barreirinhas, Parnaíba y Jericoacoara. Los demás municipios se concentran en actividades de pesca y agricultura, siendo raras las industrias manufactureras. En cuanto a las empresas turísticas, en 2006 se registraron aproximadamente 400 empresas (hospedaje, receptivo y alimentación) en todos los municipios de la Costa Norte (Sebrae et al. 2006), de las cuales 188 se ubican en las tres localidades escogidas para el análisis. Este dato oficial muestra la amplia cobertura que esta investigación obtuvo al cubrir 213 empresas en las tres localidades.

LOS CONFLICTOS EN EL TURISMO DE LA COSTA NORTE

Se han organizado los conflictos estudiados alrededor de dos grandes temas: (1) principales actores, razones para involucrarse en los conflictos y evolución de las relaciones plasmadas en intentos de intervenir; (2) resultados percibidos de los conflictos.

Actores involucrados y razones de los conflictos

Predominan las respuestas en las que se afirma que no existe ningún conflicto. Mientras que el 27,7% afirma que se produce algún conflicto. Es un número significativo si se tiene en cuenta que admitir la participación en conflictos es un elemento extraño a la cultura brasileña (Damatta, 1985; Ortiz, 1985; Barbosa, 1992; Sorj, 2000). Se puede suponer, entonces, que la incidencia de conflictos sea mayor de lo que se dijo en las entrevistas. La incidencia declarada de conflictos es baja y similar para todas las localidades estudiadas (Cuadro 2).

Los datos revelan que no se asocia a las localidades con ningún conflicto en las MPE, lo cual sorprende porque en Jericoacoara se registraron durante la observación de la primera etapa de la

investigación más características conflictivas que en los demás lugares. Esto puede estar indicando la resistencia a tratar el conflicto en primera persona. O sea, la negación de sí mismos como actores conflictivos considerando que esto indicaría cierto desajuste social. En otras palabras, el entrevistado cree que no tiene conflicto con nadie a pesar de que reconoce la existencia de conflictos en la localidad. El conflicto es siempre de los otros. Otra hipótesis puede ser la calidad de extraños de los entrevistadores, alguien de afuera en lugares donde existen claras diferencias entre los empresarios nativos y aquellos que llegaron de otros lugares (Brasil u otros países). En estudios posteriores se pueden crear otras estrategias de abordaje que permitan revelar con más nitidez el campo de los conflictos en las MPE.

Cuadro 2: Asociación de la localidad con: existencia de conflictos, principales conflictos e intentos de solución

Variables		Significancia bilateral del test Qui-cuadrado	Asociación
Participación en conflictos	Localización	0.979	No
Principales conflictos	Localización	Calculada para cada uno de los actores posibles. Varían de 0.523 a 0.755	No
Intento de solución de conflictos	Localización	0.767	No

Fuente: Elaboración propia

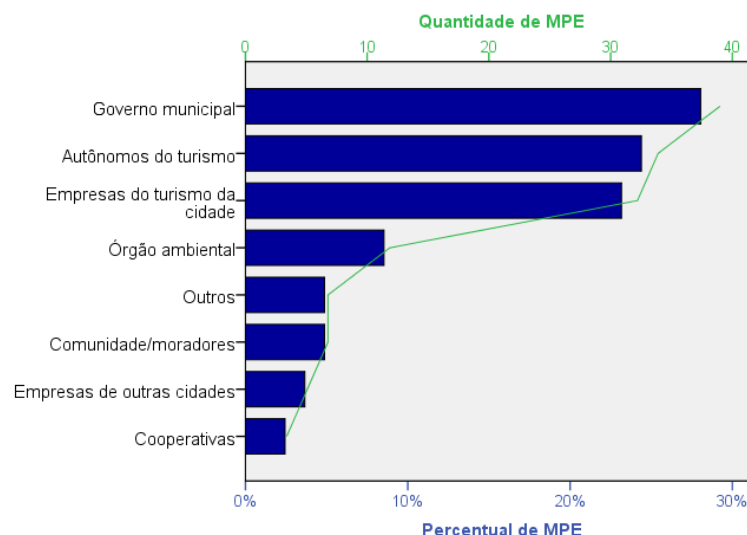
Comparando las redes de conflictos formadas en los tres destinos se ve que se asemejan en relación a tres conflictos principales: con los gobiernos locales, con otras empresas de turismo locales y con los agentes turísticos autónomos. Una vez más, las localidades no presentaron diferencias estadísticamente significativas en ese aspecto. El test de asociación no ofreció significancia en cuanto a lo calculado para cada posible actor social mencionado y las ciudades, lo que no permitió refutar la hipótesis nula de que los conflictos no se presentan de forma similar. Por no haber indicios de diferencias expresivas las localidades serán descriptas de modo agregado.

Los conflictos más recurrentes según los entrevistados son en orden de importancia: (1) con gobiernos municipales (39%), (2) con agentes autónomos de turismo (34%) y (3) con otras empresas de turismo de la ciudad (32,2%) (Gráfico 1).

Llama la atención que el conflicto de las empresas ocurre mayormente con el gobierno municipal y no dentro del propio sector privado. Para ejemplificar, el 42% de los entrevistados en Jericoacoara confirmaron la existencia de este conflicto. Esta verificación muestra la gran distancia establecida entre los entes públicos y privados en la localidad fruto de una histórica divergencia. La falta de diferenciación estadística entre las localidades en este ítem fue inesperada porque las observaciones previas revelaron en Jericoacoara un claro enfrentamiento desde hace más de una década entre los empresarios y el municipio. Durante las entrevistas semi-estructuradas se repitió la opinión de que la

municipalidad no ofrece infraestructura por lo cual afecta las condiciones turísticas en la localidad, inclusive la posibilidad de la organización política de los empresarios.

Gráfico 1: Principales conflictos de las MPE de turismo en la Costa Norte



Fuente: Elaboración propia

Los investigadores tenían la expectativa que en los tres destinos turísticos el conflicto fuera más tenso entre las empresas que compiten entre sí en el destino turístico o con los organismos ambientales federales o estatales (que limitan el uso de determinados recursos naturales) que con el gobierno local. Esta expectativa aparece en el estudio de Page et al. (1999) sobre las MPE del Reino Unido. Para estos autores, los empresarios entendían las relaciones conflictivas entre las pequeñas empresas de turismo locales como un obstáculo muy importante comparado con cualquier otro factor, inclusive con la competencia con las empresas grandes. Por lo tanto, se esperaba una mayor importancia de los conflictos con las empresas de turismo de alcance regional, teniendo en cuenta que la creación de una ruta puede no sólo ampliar el campo de cooperación, sino también el de los conflictos, con el aumento del alcance de la actuación de las empresas anteriormente circunscritas a su destino-base. Dichas empresas existen y pueden “robar” parte del mercado. No obstante, la realidad de la Costa Norte se muestra distinta revelando que, antes de identificar los conflictos con los competidores, las MPE identificaron los conflictos con los gobiernos locales.

Los conflictos de las MPE con los gobiernos locales son explicados por la falta de provisión de infraestructura para el turismo, causa que fue destacada en las tres localidades y que refuerza el conflicto con los entes públicos locales. Además, la falta de regulación del mercado de turismo local aclara el conflicto entre los entes privados (empresas y operadores autónomos). Queda claro que la falta de regulación de la actividad turística, sobre todo en Jericoacoara y Barreirinhas, permite el surgimiento de procedimientos predatorios de la competencia, el lucro y la calidad del servicio prestado. La protección del mercado contra los nuevos competidores, uno de los beneficios

asociados con la cooperación entre pequeñas empresas muestra cierta distorsión en lo que se refiere a las ganancias colectivas en ese caso. Ese tipo de proteccionismo generado a partir de la combinación de la cooperación y el conflicto, en la esfera comercial puede resultar en vicios de mercado y concentración de poder (Casson & Giusta, 2007).

Un aspecto que capta la atención es la especificidad del conflicto dentro del sector privado en Barreirinhas. En Jericoacoara y Parnaíba se refirieron a las otras empresas de la misma actividad, o sea, competidores directos y con empresas de similar tamaño. En Barreirinhas existe no sólo el conflicto entre las MPE, principalmente agencias que venden paseos idénticos, sino también el conflicto entre ellas y los agentes autónomos organizados en cooperativas de transporte (barcos, autos, etc.); o entre ellas y los “*meninos de rua*” (guías autónomos informales) que ofrecen precios más bajos y abordan a los turistas en la calle. Una de las causas aparentes, además de la ya alegada de la competencia entre agencias y operadores autónomos, es la excesiva estandarización de los tours que se ofrecen. Tal vez ese conflicto sea menos aparente entre los lugares de hospedaje y los emprendimientos gastronómicos porque su oferta es naturalmente más segmentada: un restaurante popular no disputa el mismo espacio que un restaurante refinado, lo mismo sucede con los hospedajes. Esto permite que la competencia se de en los nichos específicos y no de modo general.

Por un lado la falta de diferenciación de los paseos hace que se concentren sobre el mismo público y oferten servicios extremadamente similares, y por otro lado la competencia salvaje parece desalentar la innovación y diferenciación de los productos. Esto se debe a la dificultad de supervivencia y a los riesgos que deben enfrentarse al iniciar un cambio. Así, surge un círculo vicioso donde las MPE quedan presas de una oferta muy similar porque tienen la venta asegurada; y el mercado lo compra considerando que no hay una diferenciación aparente. Sin diferenciación de calidad sólo resta la guerra de precios como mecanismo de supervivencia.

Contrariamente a lo esperado, los conflictos con los organismos ambientales y la comunidad no figuran como centrales para las MPE de ninguna de las localidades en las zonas más pobres alrededor de las unidades de conservación de las cuales dependen para la oferta del turismo. A pesar de los problemas de fragilidad ambiental y social de la región, los conflictos con los organismos ambientales (12%) y con las comunidades/pobladores de la localidad (6,8%) son discretos. Ambos eran estimados con valores superiores, especialmente por el hecho de que las MPE desarrollaban la mayor parte de sus actividades en las unidades de conservación ambiental y su entorno. La observación de los lugares revela que esos conflictos están materializados en las intervenciones del organismo ambiental para frenar la deforestación, la construcción en las riberas de los ríos, el desarrollo de senderos en las dunas, el desecho de residuos sólidos de las embarcaciones en las aguas, entre otras cuestiones. Quizá, la escasa capacidad de fiscalización de los organismos ambientales -debido a la falta de recursos financieros y humanos en grandes áreas- es una de las causas por las cuales el conflicto no ocupa un lugar central para las MPE turísticas.

Los conflictos con las empresas de otras ciudades tienen menor relevancia (5%) y la incidencia más baja la tienen los conflictos con las cooperativas locales (3,4%). No se registran conflictos con las empresas de otros sectores en la misma localidad o con ONGs ambientalistas, ni conflictos socio-ambientales habituales en las áreas ambientalmente frágiles, ni casos de más de una actividad (Lovelock, 2002). Esto se puede explicar por la fragilidad de estas organizaciones en la región que no están articuladas como para manifestar divergencias con los intereses empresariales. La Evaluación Estratégica de la Costa Norte (Lima, Coppe, UFRJ, 2006) reveló que las organizaciones de la sociedad civil son incipientes en estos lugares y el poder de fiscalización de los organismos ambientales es frágil.

También se investigó la evolución de los conflictos junto a los entrevistados que dijeron que estaban involucrados en conflictos, averiguando la tendencia a solucionarlos. Los intentos de solución no fueron vistos como una “cura”, si se considera al conflicto como patológico o disfuncional, sino como una posibilidad de articular grupos y establecer reglas más claras, potenciando la cohesión interna de los grupos (Drummond, 2001). El intento de solucionar los conflictos también se relaciona con las propias articulaciones de cooperación.

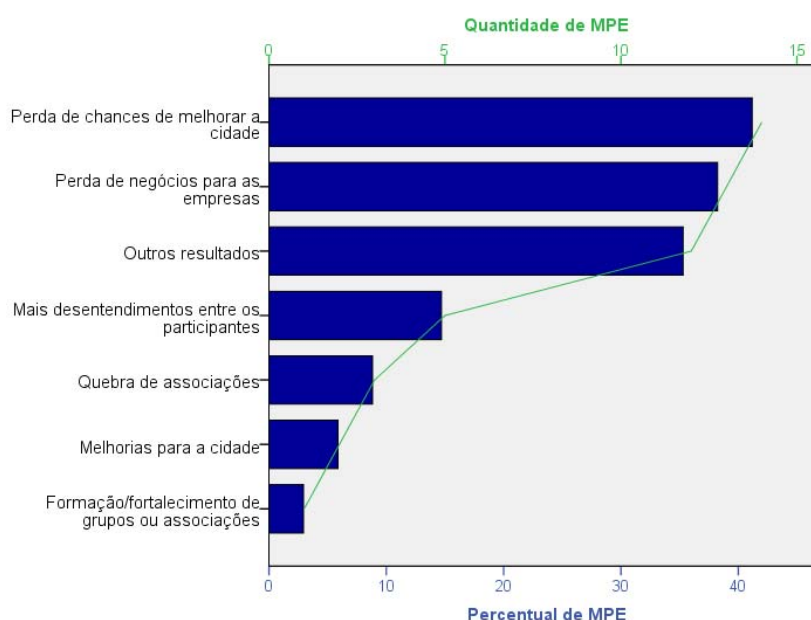
En el grupo investigado predomina la percepción de haber realizado esfuerzos para solucionar los conflictos que involucraban a las MPE (76,3%). Se describieron 43 intentos de solucionar conflictos. Desde una perspectiva comparativa, no hubo asociaciones estadísticas entre el intento por solucionar conflictos y la localidad ya que las tres localidades presentaron una distribución semejante y con una fuerte predominancia del “sí” (70% a 80%) que no permitió diferenciarlas en ese aspecto. Por lo tanto, el análisis comparado sirve para mostrar cualitativamente cuáles son las articulaciones propuestas para solucionar conflictos en cada lugar.

En Jericoacoara aparecen intentos de diálogo con el poder municipal, pero no fueron considerados como fructíferos por los entrevistados. Recientemente surgió una asociación con alcance para todo el segmento turístico de la villa (Adetur- Jeri) que es considerada como la institución más activa por parte de los entrevistados. Parnaíba muestra una articulación un poco más avanzada frente a los conflictos entre los empresarios turísticos, debido a que la principal asociación se derrumbó y las empresas de paseos conformaron una lista única de salida de barcos a fin de minimizar riesgos y maximizar lucros individualmente. Mientras que en Barreirinhas existe la articulación cooperativa más compleja de la región en respuesta a los conflictos centrales del turismo en la localidad (con el poder público y los operadores autónomos). Las MPE de turismo se organizaron con la intención de instituir el *voucher* único de entrada a los atractivos, muy utilizado en Bonito (MS/Brasil) y principal causa de su éxito (Lunas, 2000).

Resultados de los conflictos

La mayoría de los entrevistados ni siquiera verificó resultados de los conflictos (84%). Esto indica la dificultad de tratar dicho tema, frente a la multiplicidad de factores que llevan a determinado resultado perjudicial o favorable a la sustentabilidad del destino turístico. Entre las empresas involucradas en algún conflicto, el 43% no percibió resultados; opinión expresada por las frases “nada cambió” o “todo continúa igual”. Esta opinión es similar en las tres localidades. Entre el 57% que percibió resultados a partir de los conflictos, la mayoría menciona aquellos considerados desfavorables a la sustentabilidad, mientras que una pequeña parte percibió resultados favorables para los grupos y las localidades a partir de los conflictos. El Gráfico 2 presenta los resultados percibidos por los entrevistados.

Gráfico 2: Resultados de los conflictos en la Costa Norte



Fuente:Elaboración propia

Aunque ninguno de los resultados responda a la opinión de la mayoría de los entrevistados, el resultado más observado apunta a la pérdida de chances de mejorar la ciudad (41,2%). El 38,2% atribuyó a los conflictos la pérdida de negocios para las empresas. Ambos grupos muestran pérdidas en distintos niveles: para el destino como un todo y sus habitantes, y para las empresas de la localidad.

En tercer lugar, la respuesta referida a otros resultados fue mencionada por el 35,5% de los entrevistados. Esto indica que las categorías de los resultados ofrecidas para el conflicto no fueron exhaustivas, reflejando quizá la necesidad de un estudio sobre la relación conflicto–sustentabilidad. Más allá de que esta sea una limitación, se puede evidenciar que todas esas citas remitían a efectos

positivos del conflicto. En Jericoacoara fueron mencionados los siguientes aspectos por parte de los entrevistados: la “aproximación de la empresa a la comunidad”; la “unión de la comunidad”; el hecho de que la “comunidad perciba su valor”; la “insistencia para mejorar la ciudad”; las “charlas con la Adetur-Jeri para resolver los problemas” y el “crecimiento de los trabajos conjuntos”. En Barreirinhas figuran la implementación de “cambios pedidos” y la “pavimentación de la región próxima a las dunas en el área central de la ciudad”. Por lo tanto, se pueden identificar algunos ejemplos de resultados colectivos favorables del conflicto.

Curiosamente, a pesar del fortalecimiento de los grupos y las mejoras en la ciudad que aparecieron en las entrevistas anteriores, los resultados menos observados por el total de los entrevistados fueron los siguientes: el 2,9% apuntó la formación y/o el fortalecimiento de grupos como resultado de los conflictos; y el 5,9% indicó las mejoras en la ciudad como resultado de los conflictos. Se observó que muy pocas personas consideró el carácter positivo del conflicto indicado por Coser (1964) y Simmel (1969). No obstante, hay elementos que apoyan a estos autores.

Esta aparente incoherencia lleva a pensar si los conflictos producirían soluciones interesantes o si los entrevistados tendrían una visión estigmatizada acerca de ellos. Aunque los entrevistados hayan reconocido tan pocos resultados positivos del conflicto, se observa que diversas relaciones de cooperación surgen de los conflictos: el *voucher* en Barreirinhas; la lista única de embarcaciones en Parnaíba; la estructura para limpiar la playa y el enfrentamiento político de la municipalidad en Jericoacoara, entre otros ejemplos mencionados explícitamente por las personas entrevistadas.

Comparando los posibles resultados investigados en lo que hace a los conflictos entre las ciudades, Parnaíba presenta una mayor incidencia de opiniones que muestran los conflictos como generadores de pérdidas para la ciudad. El 85,7% de las empresas que tuvieron algún conflicto percibieron que disminuyen las chances de mejorar la ciudad. Los valores son menores en Jericoacoara (38,9%) y Barreirinhas (33,3%). Llama la atención de que Parnaíba, la localidad donde menos tensión aparece según los datos presentados por Costa (2009), es donde hay una mayor percepción de los resultados dañinos del conflicto. Esto puede estar reflejando la expectativa de los entrevistados de que los conflictos tengan mejores resultados. El mensaje sería el siguiente: *como no nos unimos y no actuamos juntos y de manera persistente perdemos chances de mejorar la ciudad y los negocios*. En definitiva Parnaíba es donde el flujo de turistas es significativamente menor. En otras palabras, la indiferencia puede estar contribuyendo a que los resultados colectivos favorables no sean alcanzados, ni superen al conflicto.

En cierta forma los conflictos en la percepción de los entrevistados tuvieron dos resultados. El primero, de carácter negativo: el no resultado. El segundo, de carácter positivo: el alcance de algún resultado. En este segundo caso aparece la constitución de asociaciones como instrumento de presión, o la creación de espacios de negociación, particularmente con el poder público. Mientras que la observación directa y las entrevistas cualitativas permitieron constatar otros indicios: el incremento

de los cuidados ambientales en las márgenes del río Preguiças (Barreirinhas), la participación organizada en las elecciones municipales en Jericoacoara, o la cooperación en la oferta de paseos en barco en Parnaíba.

CONSIDERACIONES FINALES

Según los entrevistados ligados a las MPE de turismo en la Costa Norte es posible entrever que el principal espacio de conflicto es creado por la inoperancia del sector público. Los conflictos más presentes fueron con los gobiernos locales, con los operadores turísticos autónomos y con las empresas locales del sector turístico. Los mismos tenían que ver con la falta de acciones por parte de los municipios en cuanto a la regulación de la actividad turística abriendo un espacio para deslealtades y prácticas excesivamente predatorias del mercado sobre todo con los operadores autónomos que participan informalmente en la oferta turística de las localidades. Por otro lado, la cooperación entre las empresas es primordial en la atención del turista que desea recorrer la ruta que integra los tres estados, lo que puede garantizar la expansión del mercado para las MPE. De esa forma, el conflicto se concentra en el poder público que, por un lado, no provee la infraestructura necesaria y, por el otro, no regula el mercado, permitiendo una competencia salvaje entre los que pagan impuestos y los que no lo hacen.

Se observó que el conflicto no se centra en los organismos ambientales u ONGs ambientalistas, contrariando las expectativas en los destinos que explotan sus recursos naturales como atractivos y entretenimiento. Una de las posibles causas es la fragilidad de estas organizaciones y la escasa incomodidad que les generan a las empresas en lo que respecta a las reglas de uso, control y regulación del acceso a los bienes colectivos que las MPE utilizan en su oferta turística.

En cuanto a los resultados de los conflictos, los más frecuentemente nombrados fueron las pérdidas para la localidad y para las empresas. No obstante, se mostraron resultados positivos a partir de algunos conflictos como la ampliación del diálogo, la mejora de la calidad de vida de la población, y la mayor representatividad de segmentos anteriormente excluidos. Resultados que pueden ser considerados positivos para la sustentabilidad de un destino turístico.

Es oportuno registrar el conflicto como parte de la conformación de acciones cooperativas como uno de los motivadores para que la cooperación surja, como es el caso de la creación del consejo municipal de turismo en Barreirinhas. Por lo tanto, a pesar de que no fue abiertamente reconocido por muchos entrevistados como positivo, el conflicto parece ser un importante condicionante de la propia cooperación. Aparentemente, el conflicto condiciona la aparición de la cooperación y ésta actúa sobre el desarrollo de los conflictos, respondiendo a ellos. Esto merece un mayor esfuerzo teórico y empírico para ser confirmado, creando una línea de investigación más compleja de las relaciones sociales que involucran a las MPE del turismo. Además, se recomienda seguir este estudio no sólo en lo que hace a los resultados positivos del conflicto, sino considerando también los efectos dañinos de

la cooperación; ampliando la crítica sobre dichas relaciones y su impacto sobre la sustentabilidad del desarrollo.

Este trabajo tuvo como principal limitación la resistencia de los entrevistados a aceptarse como parte integrante del conflicto. Para estudios futuros se recomienda desarrollar otras técnicas (grupos focales y entrevistas en profundidad, por ejemplo), llevadas a cabo por los mismos residentes de las localidades. Para eso será necesario contar con contribuciones de las áreas de la ciencia con mayor tradición en el tema, como la sociología, utilizando técnicas que superen los obstáculos que se producen al tratar temas con una marcada desaprobación social.

Finalmente, se sugiere la introducción de otras variables de análisis como el origen de los empresarios de turismo pues disimular el conflicto puede estar relacionado con la poca integración entre la cultura y los actores locales, en la medida en que parte del empresariado provee otras localidades, incluso fuera de los respectivos estados.

Agradecimiento: Los autores agradecen a Capes por el apoyo financiero para realizar la investigación y a los revisores anónimos por sus contribuciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barbosa, L.** (1992) "O jeitinho brasileiro: a arte de ser mais igual que os outros". Campus, Rio de Janeiro
- Bardin, L.** (1977) "Análise de conteúdo". Edições 70, Lisboa
- Beritelli, P.** (2011) "Cooperation among prominent actors in a tourist destination". *Annals of Tourism Research* 38(2): 607-629
- Binswanger, H. C.** (1999) "Fazendo a sustentabilidade funcionar". In: Cavalcanti, C. O. Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas. Cortez Editora - Fundação Joaquim Nabuco, São Paulo, pp. 41-55
- Birnbaum, P.** (1995) "Conflitos". In: Boudon, R. O. Tratado de Sociologia. Jorge Zahar, Rio de Janeiro, pp. 247-282
- Bobbio, N., Matteucci, N.; Pasquino, G.** (1995) "Dicionário de política". UnB, Brasília
- Bramwell, B., Lane, B.** (2000) "Tourism collaboration and partnerships: politics, practice and sustainability". Channel View Publications, Sidney
- Breda, Z., Rui, C., Costa, C.** (2004) "Clustering and networking the tourism development process: a market driven approach for a small backwards tourist region located in central Portugal". Atlas Annual Conference, Naples
- Buarque, S. C.** (2004) "Construindo o desenvolvimento local sustentável: metodologia de planejamento". Garamond, Rio de Janeiro
- Bursztyn, M. A., Bursztyn, M.** (2006) "Desenvolvimento sustentável: a biografia de um conceito". Nascimento, E. P. D. V., João Nildo (Orgs.) Economia, Meio Ambiente e Comunicação. Garamond, Rio de Janeiro, pp. 54-67

- Casarotto Filho, N., Pires, L. H.** (1999) "Redes de pequenas e médias empresas e desenvolvimento local: estratégias para a conquista da competitividade global com base na experiência italiana". Atlas, São Paulo
- Casson, M., Giusta, M. D.** (2007) "Entrepreneurship and social capital: analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective". *International Small Business Journal* 25(3): 220-244
- Clarke, J.** (2004) "Trade associations: an appropriate channel for developing sustainable practice in SMEs?" *Journal of Sustainable Tourism* 12(3): 194-208
- Coser, L.** (1964) "The functions of social conflict". The Free Press, New York
- Costa, H. A.** (2009) "Mosaico da sustentabilidade em destinos turísticos: cooperação e conflito de micro e pequenas empresas no roteiro integrado Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses". Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília
- DaMatta, R.** (1985) "A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil". Brasiliense, Rio de Janeiro
- Drummond, J. A.** (2001) "Conceitos básicos para a análise de situações de conflito em torno de recursos naturais". In: Burstyn, M. A. *Difícil Sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais*. Garamond, Rio de Janeiro, pp. 123-149
- Duarte, R.** (2002) "Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo" *Cadernos de Pesquisa* [online] 115: 139-154
- Fontanella, B. J. B.; Ricas, J.; Turato, E. R.** (2008) "Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas". *Cad. Saúde Pública* 24(1)
- Fyall, A., Garrod, B.** (2005) "From competition to collaboration in the tourism industry". In Theobald, W. (ed.) *F. Global Tourism*. Butterworth Heinemann, Oxford, pp. 52-73
- Gonzalez-Herrera, M., Iglesias-Montero, G.** (2009) "Impactos de turismo sobre la cohesión social - Caibarién, Cuba". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 18(1): 57-68
- Gray, B., Coleman, P. T., Putnam, L. L.** (2007) "Intractable conflict: new perspectives on the causes and conditions for change". *American Behavioral Scientist* 50(11): 1415-1429
- Guimarães, R. P.** (1997) "Desenvolvimento sustentável: da retórica à formulação das políticas públicas". In: Becker, Bertha K; Miranda, Mariana (orgs). *A Geografia Política do Desenvolvimento Sustentável*. UFRJ, Rio de Janeiro , pp. 13-44
- Instituto Marca Brasil, Braztoa, Sebrae, Mtur** (2006) "Vivências Brasil: aprendendo com o turismo nacional. Roteiro Integrado: Jericoacoara – Delta do Parnaíba – Lençóis Maranhenses". Ministério do Turismo, Brasília
- Kriesberg, L.** (2003) "Constructive conflicts: from escalation to resolution". Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, Maryland
- Leiper, N.** (2003) "Tourism management". Pearson Sprint Print, London
- Lenzi, C. L.** (2006) "Sociologia ambiental: risco e sustentabilidade na modernidade". EDUSC, Bauru
- Lima – Coppe – Ufrj - Mtur** (2006) "Avaliação ambiental estratégica: linha de base aspectos do turismo na Costa Norte". Coppe – Ufrj. Rio de Janeiro

- Little, P.** (2001) "Os conflitos socioambientais: um campo de estudo e ação política". In: Bursztyn, M. O. A Dificil Sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais. Garamond, Rio de Janeiro, pp. 107-122
- Lovelock, B.** (2002) "Why it's good to be bad: the role of conflict in contributing towards sustainable tourism in protected areas" *Journal of Sustainable Tourism* 10(1): 5-30
- Lunas, J. R. D. S.** (2000) "Turismo Sustentável: descrição e avaliação da gestão do turismo de Bonito - MS". Centro de Desenvolvimento Sustentável. Universidade de Brasília, Brasília
- Maitland, R.** (2008) "Conviviality and everyday life: the appeal of new areas of London for visitors" *The International Journal of Tourism Research* 10(1): 15-25
- Malhotra, N. K.** (2001) "Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada". Bookman, Porto Alegre
- Mcintyre, S. E.** (2007) "Como as pessoas gerem o conflito nas organizações: estratégias individuais negociais". *Análise Psicológica* 2 (XXV): 295-305
- Melo, G. M. D., Irving, M. D. A.** (2007) "Interpretação dos conflitos como elemento para gestão de PARNAS na região de fronteira da Amazônia: temas de conflito no caso Vila Brasil". III Seminário sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social Teresópolis/RJ
- Mtur** (2005) "Programa de regionalização do turismo: diretrizes operacionais". Ministério do Turismo, Brasília
- Nascimento, E. P., Costa, H. A., Boucas, D.** (2010) "Dificuldades de inclusão social pela cultura: o caso do Pólo Costa Norte (Maranhão, Piauí e Ceará)" *Participação (UnB)* 15(1): 33-40
- Nascimento, E. P. D.** (2001) "Os conflitos na sociedade moderna: uma introdução conceitual". In: Bursztyn, M. O. A Dificil Sustentabilidade: política energética e conflitos ambientais. Garamond, Rio de Janeiro, pp. 85-106
- Nascimento, E. P. D., Vianna, J. N. O.** (2007) "Dilemas e desafios do desenvolvimento sustentável no Brasil". Garamond, Rio de Janeiro
- Nordin, S., Svensson, B.** (2005) "The significance of governance in innovative tourism destinations". 55th Aiest Conference: Innovation in Tourism Brainerd/Minnesota (USA)
- Norgaard, R.** (1999) "Valoração ambiental na busca de um futuro sustentável ". In: Cavalcanti, C. O. Meio Ambiente, Desenvolvimento Sustentável e Políticas Públicas. Editora Cortez - Fundação Joaquim Nabuco, São Paulo, pp. 83-92
- Norusis, M.** (2002) "SPSS 11.0 guide to data analysis". Prentice Hall, New Jersey
- Olave, M. E. L., Amato Neto, J.** (2001) "Redes de cooperação produtiva: uma estratégia de competitividade e sobrevivência para pequenas e médias empresas" *Gestão & Produção* 8(3): 289-303
- Ortiz, R.** (1985) "Cultura brasileira e identidade nacional". Brasiliense, São Paulo
- Page, S. J., Forer, P., Lawton, G.** (1999) "Small business development and tourism: *terra incognita*?" *Tourism Management* 20(4): 435-459
- Paskaleva-Shapira, K.** (1999) "Innovative partnerships for effective governance of sustainable urban tourism: framework approach". Institute for Technology Assessment and System Analysis, Karlsruhe
- Pnud** (2006) "Atlas do desenvolvimento humano no Brasil". <http://www.pnud.org.br/atlas/>. Data de acesso - janeiro de 2008

- Richards, G., Hall, D.** (2002) "The community: a sustainable concept in tourism development". In: Richards, G., Hall, D. *Tourism and Sustainable Community Development*. Routledge, London, pp 1- 15
- Sachs, I.** (2000) "Caminhos para o desenvolvimento sustentável". Garamond, Rio de Janeiro
- Sachs, I.** (2004) "Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado". Garamond, Rio de Janeiro
- Sebrae** (2007) "Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003–2005". Brasília
- Sebrae, Senac, Mtur** (2006) "Planejamento roteiro turístico integrado: Jericoacoara, Delta do Parnaíba, Lençóis Maranhenses". Brasília
- Selin, S., Beason, K.** (1991) "Interorganizational relations in tourism" *Annals of Tourism Research* 18(4): 639-652
- Simmel, G.** (1969) "Conflict & the Web of group-affiliations". Free Press, New York
- Sonmez, S. F., Apostolopoulos, Y., Tarlow, P.** (1999) "Tourism in crisis: managing the effects of terrorism" *Journal of Travel Research* 38(1): 13-18
- Sorj, B.** (2000) "A nova sociedade brasileira". Jorge Zahar, Rio de Janeiro
- The Royal Swedish Academy of Sciences** (2005) "Robert Aumann's and Thomas Schelling's contributions to game theory: analyses of conflict and cooperation". Nobel Prize Org., Stockholm
- Thomas, R.** (2007a) "Tourism partnerships and small firms: power, participation and partition" *Entrepreneurship and Innovation* 8(1): 37-43
- Thomas, R.** (2007b) "Tourism partnerships and small firms: power, participation and partition" *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 8(1): 37-43
- Tremblay, P.** (1998) "The economic organization of tourism". *Annals of Tourism Research* 25(4): 837-859
- Unwto** (2008) "Why tourism? Tourism for prosperity and peace. UNWTO, Madrid
- Vallejo, L. R.** (2007) "Conflitos territoriais nos parques estaduais do Desengano, da Serra da Tiririca e da Ilha Grande, RJ". III Seminário sobre Áreas Protegidas e Inclusão Social Teresópolis/RJ
- Valls, J. F.** (2006) "Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis". FGV, Rio de Janeiro
- Veiga, J. E. D.** (2006) "Meio ambiente e desenvolvimento". SENAC SP, São Paulo
- Watkins, M., Bell, B.** (2002) "The experience of forming business relationships in tourism" *International Journal of Tourism Research* 4(1): 15-28
- Wilkinson, I., March, R.** (2008). "Conceptual tools for evaluating tourism partnerships ". In: Scott, N., Baggio, R., Cooper, C. *Network analysis and Tourism: from theory to practice*. Chanel View Publications, London, pp. 27-39
- Ximenes, T.** (2006) "A gestão de recursos naturais de uso comum e tipos de conflitos". III Encontro da ANPPAS. Brasília

Recibido el 18 de marzo de 2011

Correcciones recibas el 25 de abril de 2011

Aceptado el 30 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA OFERTA TURÍSTICA PORTUGUESA

El análisis de importancia-valoración (IPA)

Sérgio Dominique Ferreira Lopes*

José Agostinho Veloso da Silva**

Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

Barcelós – Portugal

Resumen: El análisis de importancia-valoración resulta una apropiada aproximación para medir la satisfacción de los consumidores, identificando de forma simple y funcional los puntos fuertes y las áreas a mejorar en determinado servicio (Martilla & James, 1977). A partir de las importancias que los consumidores otorgan a los atributos más relevantes de un servicio y de su valoración, es posible obtener un gráfico que permite realizar una evaluación intuitiva de su funcionamiento y hacer recomendaciones para su gestión. En este sentido, el presente trabajo pretende ilustrar el enorme potencial que el IPA posee y, al mismo tiempo, permite identificar algunos de los puntos débiles y fuertes de la oferta turística portuguesa. Los resultados obtenidos revelan que el tipo de destino, el clima agradable y los precios son los atributos más valorados por los turistas españoles.

PALABRAS CLAVE: turismo, gestión turística, marketing estratégico, análisis de importancia-valoración (IPA).

Abstract: Strategic Analysis of the Portuguese Tourist Offer through Importance-Performance Analysis (IPA). The Importance-Performance Analysis (IPA) is a good approach for measuring consumer satisfaction, and identifies in a simple and functional way the strengths and the areas of improvement of a particular service (Martilla and James, 1977). Starting with the importance that consumers give to the most relevant attributes of a service and the evaluation performance of each one, it is possible to obtain a (Cartesian) graph with four quadrants, allowing an intuitive assessment of its operation and the implementation of appropriate recommendations to brand management. Despite the considerable spread of IPA, there are few precedents in the tourism sector. This work illustrates the great potential that the IPA has in tourism management and allows professionals to identify some of the weaknesses of the Portuguese tourism. The results show that the kind of destination, climate and price are the most important attributes to the Spanish tourists.

KEY WORDS: tourism, tourism management, strategic marketing, importance-performance analysis

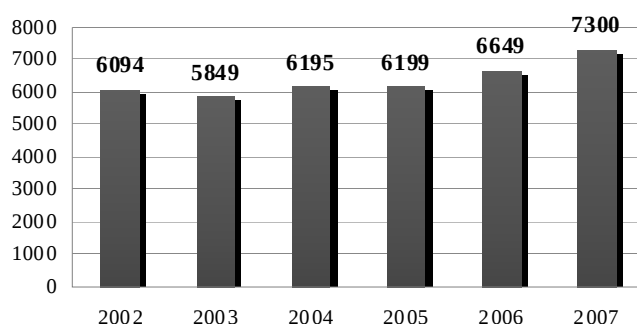
* Doctor en Marketing por la Universidad de Santiago de Compostela. Se desempeña como Docente en el Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Barcelós, Portugal. E-mail: sdominique@ipca.pt.

** Master en Turismo y se desempeña como Director de la Escuela Superior de Gestión del Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Barcelós, Portugal. E-mail: jsilva@ipca.pt

INTRODUCCIÓN

El turismo se convirtió durante las últimas décadas en uno de los sectores más preponderantes de la economía internacional, incluyendo Portugal. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2009) la contribución del turismo en el territorio nacional supera el 12% del PIB nacional y simultáneamente crea simultáneamente cerca del 11% de los puestos de trabajo a nivel nacional (Figura 1). De acuerdo con las previsiones del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENT, 2007), en 2015 el turismo representará cerca del 15% del PIB nacional y el 14.8% de la generación de empleo.

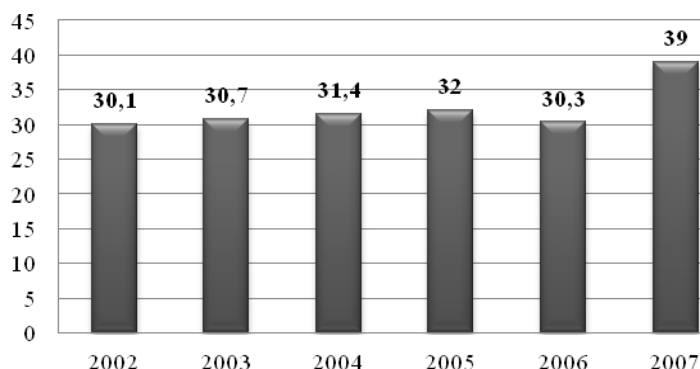
Figura 1: Contribución del turismo portugués al PIB, en millones de euros



Fuente: INE (2009)

En términos específicos, en el año 2007 se registraron 22 millones de entradas de visitantes no residentes en Portugal y 39 millones de pernoctes (Figura 2). España, Reino Unido y Francia representaron el 55.6% de los mercados emisores de turistas hacia Portugal. Cabe destacar que de los turistas que recibió el mercado español en 2007, cerca de la mitad eran portugueses lo que representa una gran oportunidad para que Portugal invierta más en estrategias relacionadas con el turismo interno (INE, 2008).

Figura 2: Número total de pernoctes en Portugal, en millones



Fuente: PENT (2007)

En este contexto, los productos turísticos deben ser diseñados e implementados estratégicamente de modo de permitir un crecimiento económico sustentable y, simultáneamente, posibilitar la preservación de atributos tales como la calidad de la oferta y el ambiente natural. Así, es necesario contar con inversiones europeas como también con inversores privados, para salvaguardar la calidad de la oferta turística portuguesa. Dichas medidas permitirán captar mayores ingresos (turísticos) y la fidelización de un mayor número de turistas (INE, 2008).

Es clara la importancia que el sector turístico tiene en términos sociales y económicos en Portugal. Factores como la creación de puestos de trabajo en este sector, de forma directa e indirecta (hotelería, restauración, comercio), el impacto directo y significativo en el PIB, la imagen de marca del país como destino turístico a nivel nacional e internacional, la visibilidad de un país en el contexto de la creciente globalización y la competencia internacional, contribuyen a que el sector turístico sea preponderante y básico para la estrategia de crecimiento sustentado de un país como Portugal.

En este contexto, el principal objetivo del presente trabajo es conocer los atributos más importantes relativos a la oferta turística portuguesa (desde la perspectiva de los turistas españoles) y su desempeño/performance.

MARCO TEÓRICO

El análisis IPA (*Importance-Performance Analysis*) se fundamenta en un conjunto de contribuciones teóricas, denominadas modelos multi-atributo o modelo de expectativa valor (Fishbein & Ajzen, 1975; Rosenberg, 1956; Wilkie & Pessemier, 1973). Asumiendo que el ser humano es un prisma cognitivo como un procesador de información los modelos antes mencionados presuponen que cada servicio se conforma sobre la base de un conjunto de atributos y que las actitudes de los respectivos consumidores se configuran a través del agregado ponderado de las evaluaciones de cada uno de esos atributos. En este contexto se torna necesario realizar un análisis detallado de todos los elementos que componen un servicio (Varela, Picón & Braña, 2004; Varela, Prat, Voces & Rial, 2006).

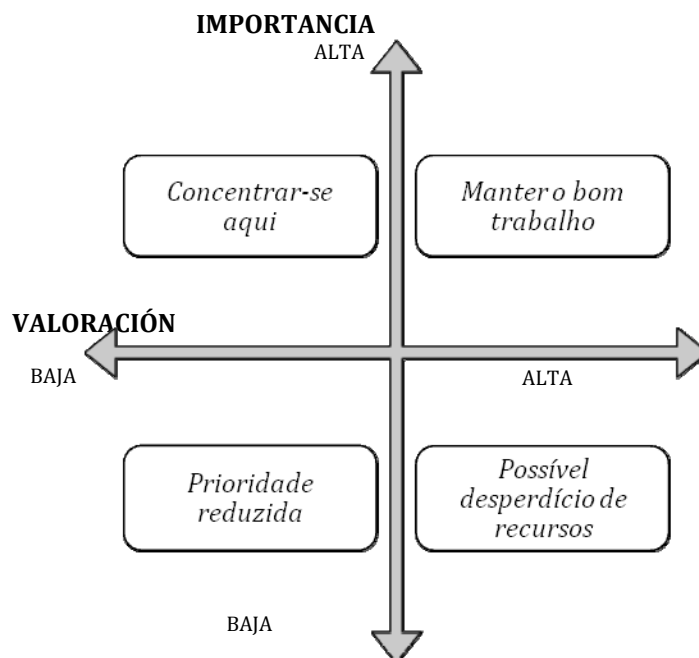
Por lo tanto, la valoración general de los consumidores puede ser estimada a través de la combinación de la importancia o relevancia que los atributos poseen en la mente de los consumidores y el desempeño de la prestación de cada uno de esos atributos por parte de la entidad que presta el servicio.

En este ámbito, diversos estudios demuestran que no todos los atributos explican en la misma proporción la satisfacción global de los consumidores para con un servicio concreto. Los consumidores tienden a evaluar el rendimiento de un servicio sólo en base a un limitado número de características que lo constituyen (Edwards & Newman, 1983; Myers & Alpert, 1968; Wilkie & Pessemier, 1973).

Así, es pertinente medir la importancia de cada atributo con el objetivo de ponderar su desempeño para conocer una medida indirecta de la satisfacción de los consumidores. Ésta servirá para proponer una representación gráfica cuyo análisis ayudará a establecer líneas de acción orientadas a mejorar el servicio ofrecido optimizando los recursos disponibles. En un último análisis, las estrategias ejecutadas en base a los resultados obtenidos con esta herramienta metodológica se convierten en una ventaja competitiva.

En la Figura 3 se expone la representación clásica del análisis de importancia-valoración de Martilla & James (1977):

Figura 3: Representación clásica del análisis de la importancia-valoración



Fuente:: Martilla & James (1977)

Como se puede observar (Figura 3), las *importancias* surgen en el eje de las ordenadas, mientras que la *valoración* o *desempeño* de cada atributo se identifica en el eje de las abscisas. En función del cuadrante en el cual se insertan cada uno de los atributos, el responsable por la gestión de los servicios deberá llevar a cabo acciones específicas. Concretamente, los profesionales deberán centrarse en los atributos más prioritarios y optimizar los recursos existentes en su organización con vistas a aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes. En última instancia, el análisis de la satisfacción del consumidor constituye también un elemento fundamental en la predicción de su fidelidad (Cronin, Brady & Hult, 2000; Marzo, Martínez-Tur, Ramos & Peiró, 2002).

Finalmente, el objetivo del presente trabajo será conocer la importancia que los turistas españoles atribuyen a determinados atributos y saber cuál es la valoración que hacen de la oferta turística de

Portugal en base a los atributos considerados. Simultáneamente, se pretende ilustrar las ventajas prácticas del análisis IPA en el contexto del análisis de la oferta turística y su evaluación por parte de los turistas.

CAMPOS DE APLICACIÓN DEL IPA

El *Importance-Performance Analysis* se ha aplicado en diversos campos del conocimiento (Eskildsen & Kristensen, 2006); como en el estudio del desempeño de servicios informáticos (Ainin & Hisham, 2008), la evaluación de los consumidores (Sampson & Showalter, 1999), la gestión de Marketing (Ford, Joseph & Joseph, 1999), el área de la salud (Dolinsky & Caputo, 1991; Skok, Kophamel & Richardson, 2001), el ámbito bancario (Yeo, 2003; Joseph, Allbrighth, Stone, Seknon & Tinson, 2005), el área hotelera (Weber, 2000) y el turismo (Duke & Mont, 1996).

En definitiva, recurrir a un marcado enfoque de Marketing en el contexto turístico, sustentado por una política de Investigación, Desarrollo e *Innovación* (I+D+i), se asume como un paradigma compartido por líderes turísticos internacionales como es el caso de España, Francia y Estados Unidos (Ferreira, Rial & Varela, 2009; Ferreira, Rial & Varela, 2010; Ferreira, Real & Rial, 2011; Ferreira, Frazão & Rial, 2010; Rial, Ferreira & Varela, 2010). Consecuentemente, orientar la oferta turística portuguesa hacia un enfoque de Marketing permite optimizar la gestión de los recursos naturales, humanos e infraestructurales, maximizando su rentabilidad.

METODOLOGÍA

Muestra

La muestra está constituida por 700 turistas españoles (354 hombres y 346 mujeres), con edades comprendidas entre 20 y 70 años (Media=43.29; Desvío Patrón=14.01). La selección de la muestra fue realizada mediante un método de muestro aleatorio estratificado con afectación por comunidad autónoma, sexo y edad. El nivel de confianza es del 95% ($Z=1.96$; $p=q=50$), con un error de muestreo asociado de $\pm 3.7\%$. Finalmente, cabe mencionar que sólo se consideraron los turistas españoles que visitaron Portugal en los últimos 5 años.

Procedimiento

La información fue recolectada a través de una entrevista telefónica asistida (CATI), con una duración de aproximadamente 15 minutos, y se llevó a cabo durante los meses de enero y febrero de 2010.

Selección de atributos

La selección de los atributos presentes en la entrevista se sustentó en una cuidada revisión bibliográfica de las características funcionales y psicológicas más importantes de la imagen de los destinos turísticos (Gallarza, García & Saura, 2002), así como en otros estudios desarrollados en el mismo contexto (López, Rial, García & Varela, 2002; Ferreira, Rial & Varela, 2009).

En consecuencia, los atributos seleccionados para el presente trabajo fueron: el *clima agradable*, el *tipo de destino* (playa, montaña, urbano, rural, etc.), *la oferta cultural*, los *precios accesibles*, la *diversión nocturna*, los *hoteles de calidad* y la *gastronomía de calidad*.

Análisis de los datos

En este contexto del análisis de la satisfacción de los consumidores, se recurrió al análisis de *Importance-Performance*. Por lo tanto, el uso de esta técnica posibilita una simple y funcional representación de los puntos fuertes y los puntos a mejorar relacionados con la oferta turística existente en Portugal.

De forma más concreta, el presente análisis consistió en pedir a los sujetos que atribuyeran una puntuación en una escala de 1 (*nada importante*) a 5 (*muy importante*) a la importancia que otorgaban a una determinada lista de atributos y, seguidamente, una puntuación al desempeño/performace de esos mismos atributos en lo que concierne a un destino turístico concreto (en el presente caso, la medición del desempeño/performace de la oferta turística portuguesa).

Posteriormente, la escala fue convertida en valores de 0 (*nada importante*) a 10 (*muy importante*); y se procedió a estimar la diferencia entre el *desempeño* atribuido a cada atributo y la *importancia* concedida a los mismos atributos, obteniendo un valor denominado de *discrepancia*.

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados brutos obtenidos se presentan en la Tabla 1. En consecuencia, cabe mencionar que, por un lado, los atributos *clima*, *tipo de destino*, *oferta cultural* y *precio* son las variables más importantes para el conjunto de los sujetos entrevistados.

Simultáneamente, se presentan los atributos valorados de forma positiva (Figura 4) por ellos. De acuerdo con la propuesta de Martilla & James (1977), estos atributos se encuentran en el cuadrante “mantener el buen trabajo”. Hay que destacar que aunque los atributos *clima* y *tipo de destino* no pueden ser modificados por los gestores turísticos, su promoción y difusión tienden a desempeñar un importante papel en el proceso de decisión final de los consumidores.

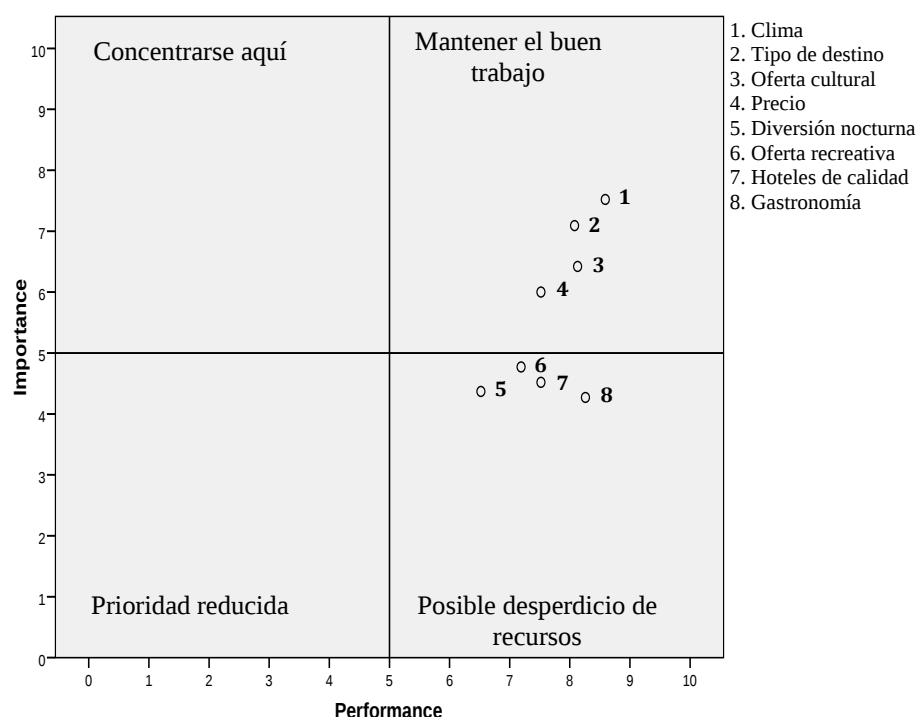
Tabla 1: Puntuaciones obtenidas en las escalas de importancia-valoración

Atributos	Valoración Media	Importancia Media	Discrepancia (Desempeño – Importancia)
1. Clima agradable	8.08	7.09	0.99
2. Tipo de destino	8.59	7.52	1.07
3. Oferta cultural	7.52	6.00	1.52
4. Precio	8.13	6.42	1.70
5. Diversión nocturna	6.52	4.37	2.15
6. Oferta recreativa	7.19	4.77	2.42
7. Hoteles de calidad	7.52	4.52	3.00
8. Gastronomía de calidad	8.26	4.27	3.99
Media	7.73	5.62	2.11

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, es posible observar que existen cuatro (4) atributos a los cuales los turistas entrevistados les conceden una importancia menos relevante (inferior a 5): *diversión nocturna*, *oferta recreativa*, *hoteles de calidad* y *gastronomía de calidad*. Éstos se encuentran en el cuadrante referente a “posible derroche de recursos”.

Figura 4: Representación del IPA



Fuente: Elaboración propia

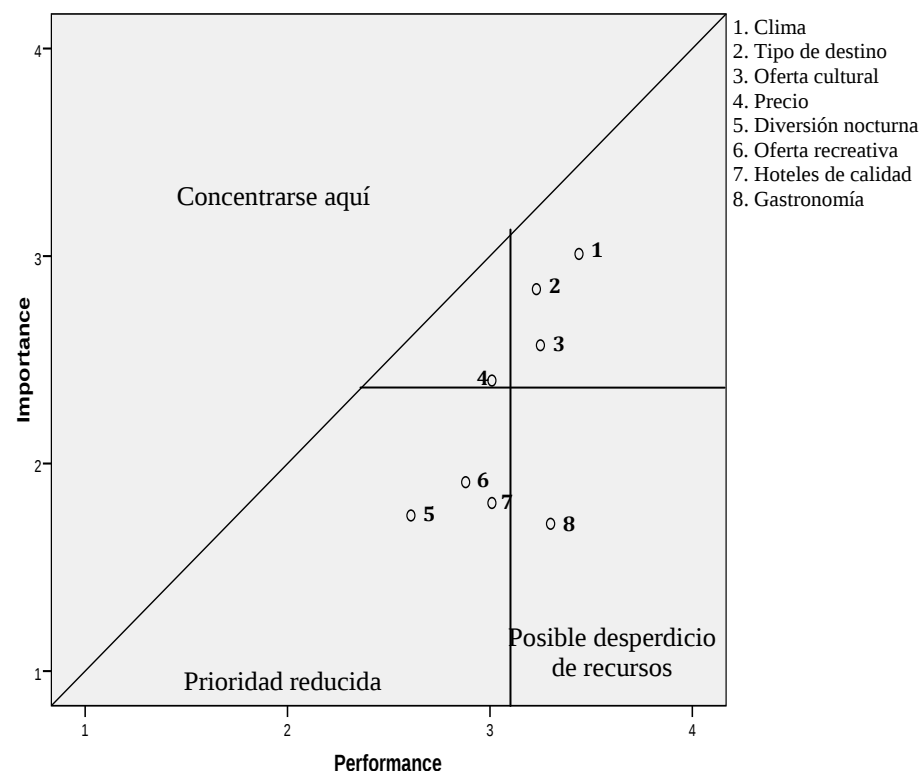
Sin embargo, los autores de este trabajo consideran que tanto la representación gráfica de los datos recogidos como la consiguiente interpretación de los resultados podrían ser enriquecidas. Esta

posición de los autores se justifica en que la discrepancia relativa a todos los atributos es positiva, o sea que el desempeño asociado a cada atributo es superior a la importancia atribuida a los mismos.

En este sentido, se consideró oportuno representar los datos a través de la forma clásica de Martilla y James (1977). En consecuencia, tal como se identifica en la figura 5, es posible pasar de una representación clásica (Figura 4) de los datos donde los atributos se ubican en sólo dos cuadrantes de 4 posibles (“mantener un buen trabajo” y “posible derroche de recursos”), a una representación más rica relacionada con la identificación de orientaciones más estratégicas y reales.

Así, también en la nueva representación (Figura 5) los atributos 1, 2, 3 y 4 continúan distribuidos en un espacio que remite a “mantener el buen trabajo”. Tal como se puede observar en la Tabla 1, los atributos *tipo de destino*, *clima agradable* y *precios* surgen como los más relevantes para los turistas españoles.

Figura 5: Representación de los datos con la versión clásica de Martilla y James (1977) y con la propuesta de Ábalo, Varela y Rial (2006)



Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, los atributos 5, 6 y 7 dejan de ser considerados elementos que podrían llevar al fracaso de los recursos utilizados (“posible desperdicio de recursos”, Figura 4), y se ubican en el área referente a “prioridad reducida”. De este modo, ante la ausencia de atributos en el área “concentrarse aquí”, los elementos que se encuentran en el área “prioridad reducida” merecen una especial atención por parte de los responsables de la marca Portugal como destino turístico, para comprender

hasta qué punto la adaptación de la oferta y/o la promoción de estos atributos podrían favorecer la imagen turística de Portugal. En caso de que los responsables consideraran oportuno apostar a algunos de estos tres elementos (5, 6, 7), se sugieren dos criterios de selección prioritaria: a) invertir en elementos que condigan con la imagen turística pretendida para Portugal; b) dar primacía a los elementos que tengan valores de *importancia* más elevados, primero la *oferta recreativa*, seguida de *hoteles de calidad* y *oferta de diversión nocturna*.

Finalmente, parece evidente que invertir recursos en el atributo 8 (*gastronomía de calidad*) parece injustificado no sólo porque la discrepancia asociada es bastante elevada (3.99), o sea que el desempeño atribuido es muy superior a la importancia otorgada, sino también por ser el único elemento que se encuentra en el área referente al “posible desperdicio de los recursos”.

CONCLUSIONES

El turismo actualmente es uno de los sectores más prometedores para la sustentabilidad de diversas economías a escala mundial. Concretamente, en el caso de Portugal, su peso en el PIB y en la creación de empleo muestra precisamente su preponderancia en el equilibrio financiero y económico.

En este contexto, apostar por una política de I+D+i (Investigación, Desarrollo e *Innovación*) basada en un fuerte enfoque de Marketing turístico, permite optimizar la gestión de los recursos humanos, naturales e infraestructurales inherentes al sector turístico. Es precisamente en este ámbito que se encuadra de forma específica el presente trabajo, ilustrando las ventajas inherentes a una metodología frecuentemente utilizada en la evaluación de diversos servicios: el análisis de importancia-valoración. En consecuencia, en el presente caso se aplica el análisis de importancia-valoración en el contexto del turismo portugués.

Los resultados obtenidos sugieren que los profesionales responsables de la gestión turística de Portugal deberán, por ejemplo, promover y comunicar (con estrategias dirigidas al mercado turístico español) el clima agradable de Portugal y los precios (accesibles) ya que son los atributos más importantes para los turistas españoles. Sin embargo, existen otros atributos como la diversión nocturna, la oferta recreativa y la oferta de hotelería de calidad que merecen ser trabajados y difundidos pues podrían conformar un segmento de mercado de potencial interés. De este modo, sería posible operar y desarrollar una estrategia holística de la oferta turística portuguesa en España, que se establece como uno de los principales mercados emisores de turistas hacia Portugal. Por otro lado, dado que el atributo gastronomía (única y de calidad) obtuvo un elevado desempeño, su importancia demuestra que no debe ser un elemento menospreciado en la promoción de Portugal como destino turístico. Este punto de vista se justifica dado que existe un nicho de mercado que se caracteriza por preferir el enoturismo y el ecoturismo, donde la gastronomía única y de calidad desempeña un importante papel.

Limitaciones y propuestas para futuras investigaciones

Sería pertinente contar con una muestra constituida por turistas provenientes de otros países, como Reino Unido y Alemania que, junto con España, constituyen los tres principales mercados emisores de turistas hacia Portugal. En este sentido, sería posible identificar potenciales perfiles de turistas que dan diferentes importancias (preponderancias) a atributos concretos. Sin embargo la lista de atributos no deberá ser demasiado extensa para no complicar la tarea de la recolección de los datos, considerando la fatiga de los entrevistados o la dificultad en completar las entrevistas hasta el final. Además, sería pertinente, en futuros estudios, substituir o incorporar otros atributos como la seguridad en el destino, la facilidad y la diversidad de medios de transporte y de comunicación en el destino, etc.

Finalmente, los autores advierten que los resultados obtenidos en estudios de este tipo deberían ser cruzados con estudios de imagen y posicionamiento de un país o región. Por cuanto, el grado de prioridad y de operatividad asociado a cada atributo no será sólo fruto de los resultados del análisis de importancia-valoración, sino también de los atributos que identifican y diferencian un destino turístico. De este modo, será posible concebir una estrategia holística en una matriz con varios inputs (entradas).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abalo, J., Varela, J. & Rial, A.** (2006) "El análisis de importancia-valoración aplicado a la gestión de servicios". *Psicothema*, 18(4), 730-737
- Ainin, S. & Hisham, N. H.** (2008) "Applying importance-performance analysis to Information systems: an exploratory case study". *Journal of Information, Information Technology and Organizations*, 3: 95.103.
- Cronin, J., Brady, M. & Hult, G.T.** (2000) "Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments". *Journal of Retailing*, 76, 193-218
- Dolinsky, A. L. & Caputo, R. K.** (1991) "Adding a competitive dimension to importance-performance analysis: An application to traditional health care systems". *Health Marketing Quarterly*, 8(3/4), 61-79
- Duke, C. R. & Mont, A. S.** (1996) "Rediscovery performance importance analysis of products". *Journal of Product and Brand Management*, 5(2): 143-154
- Edwards, W. & Newman, J.R.** (1983) "Multiattribute evaluation". CA: Sage, Beverly Hills
- Eskildsen, J. K. & Kristensen, K.** (2006) "Enhancing IPA international". *Journal of Productivity and Performance Management*, 55(1): 40-60
- Ferreira, S.D., Frazão, S.C. & Rial, A.** (2010) "Segmentação de mercado com base nas preferências dos jovens turistas do Norte de Portugal: Uma aproximação multivariada". *Brazilian Journal of Tourism Research*, 4(2), 49-63

- Ferreira, S.D., Real, J.E. & Rial, A.** (2011) "Aplicación del escalamiento multidimensional en el ámbito del Marketing turístico". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(1): 21-33
- Ferreira, S.D., Rial, A. & Varela, J.** (2009) "Post hoc tourist segmentation with conjoint and cluster analysis". *Journal of Tourism and Cultural Heritage*, 7(3): 491-501
- Ferreira, S.D., Rial, A. & Varela, J.** (2010) "Segmentación *post hoc* del mercado turístico español: Aplicación del Análisis Cluster en dos etapas". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(5), 592-606
- Fishbein, M. & Ajzen, I.** (1975) "Belief, attitude, Intention and behavior: An introduction to theory and research". Reading, Addison-Wesley
- Ford, J. B., Joseph, M. & Joseph, B.** (1999) "IPA as a strategic tool for service marketers: The case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA". *Journal of Services Marketing*, 13(2): 171-186
- Gallarza, M. G., García, H. C. & Saura, I. G.** (2002) "Destination image towards a conceptual framework". *Annals of Tourism Research*, 29(1): 56-78
- INE - Instituto Nacional de Estatística** (2008) "Dados e estatísticas do turismo em 2008". Lisboa
- INE - Instituto Nacional de Estatística** (2009) "Dados e estatísticas do turismo em 2009". Lisboa
- Joseph, M., Allbrighth, D., Stone, G., Sekhon, Y. & Tinson, J.** (2005) "IPA of UK and US bank: Customer perceptions of service delivery technologies". *International Journal of Financial Services Management*, 1(1): 66-88
- López, F., Rial, A., García, A. e Varela, J.** (2002) "Aplicación del análisis de contenido al estudio de la imagen de un destino turístico". *Metodología de las Ciencias del Comportamiento*, 17: 362-367
- Martilla, J., & James, J.** (1977) "Importance-Performance analysis". *Journal of Marketing*, 41(1): 77-79
- Marzo, J.C., Martínez-Tur, V., Ramos, J. & Peiró, J.M.** (2002) "La satisfacción del usuario desde el modelo de la confirmación de expectativas: respuesta a algunos interrogantes". *Psicothema*, 14: 765-770
- Myers, J.H. & Alpert, M.I.** (1968) "Determinant buying attitudes: meaning and measurement". *Journal of Marketing*, 32(4): 13-20
- PENT** (2007) "Plano Estratégico Nacional do Turismo". Portugal
- Rial, A., Ferreira, S.D. & Varela, J.** (2010) "Aplicação da análise conjunta no estudo das preferências turísticas". *Revista Portuguesa de Marketing*, 26.
- Rosenberg, M. J.** (1956) "Cognitive structure and attitudinal affect. *Journal of Abnormal and Social Psychology*", 53: 367-372
- Sampson, S. E. & Showalter, M. J.** (1999) "The performance importance response function: Observation and implications". *The Services Industries Journal*, 19(3): 1-25
- Skok, W., Kophamel, A., & Richardson, I.** (2001) "Diagnosing information systems success: Importance-performance maps in the health club industry". *Information & Management*, 38: 409-419
- Varela, J., Picón, E. & Braña, T.** (2004) "Segmentation of the Spanish domestic tourism market". *Psicothema*, 16, 76-83
- Varela, J., Prat, R., Voces, C. & Rial, A.** (2006) "Una nueva escala para la evaluación de los servicios de hostelería". *Psicothema*, 18, 135-142

Weber, K. (2000) "Meeting planners' perceptions of hotel-chain practices and benefits: An importance-performance analysis". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(4), 32-38

Wilkie, W. & Pessemier, E. (1973) "Issues in marketing's use of multi-attribute attitude models". *Journal of Marketing Research*, 10, 428-441

Yeo, A. Y. (2003) "Examining a Singapore bank's competitive superiority using importance-performance analysis". *Journal of American Academy of Business*, 3(1/2) 155-161

Recibido el 23 de febrero de 2011

Correcciones recibidas el 08 de abril de 2011

Aceptado el 12 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

LA AGENDA PÚBLICA DEL TURISMO EN ARGENTINA Y BRASIL DURANTE LA DÉCADA DE 2000

Mariana Pereira Chaves Pimentel^{*}
Thiago Duarte Pimentel^{**}
Universidad Federal de
Juiz de Fora - Brasil

Resumen: Para analizar comparativamente las agendas públicas de turismo de Argentina y Brasil desde 1999 hasta 2009 se recurrió a material teórico y procedimientos metodológicos que pudieran dar base al análisis del tema. En cuanto al marco teórico, el debate sobre el Estado procuró entender sus funciones y su rol histórico en el desarrollo de la actividad turística en relación a la sociedad y al mercado. El debate sobre las políticas públicas apoyó el análisis de las mismas en el ámbito turístico porque a pesar de las amplias discusiones sobre las políticas públicas brasileñas, la política de turismo por ser relativamente reciente aún no ha sido muy estudiada. Como método de investigación, se utilizó el análisis de documentos. Se seleccionaron 26 políticas públicas de turismo argentinas y 28 brasileñas. Como categorías de análisis se consideraron los objetivos y efectos esperados de las políticas. Durante el análisis se identificaron dos períodos idénticos en ambos países, donde las políticas de turismo tienen características distintas, de 1999 a 2002 y de 2003 a 2009. Se observó que los objetivos y efectos esperados de las políticas de turismo en Argentina y Brasil son bastante semejantes, y que dicha similitud se puede relacionar con las mayores o menores intervenciones gubernamentales; así como con los períodos de menor y mayor inestabilidad económica.

PALABRAS CLAVE: política pública, turismo, Brasil, Argentina.

Abstract: Public Tourism Agenda in Argentina and Brazil During the 2000's. In order to make a comparative analysis of the tourism public agendas in both Argentina and Brazil from 1999 to 2009, theoretical references and methodological procedures that could provide a foundation for building tests that allow determining the question were used. Regarding the theoretical framework, the discussion about the state sought to enable an understanding of its functions and its historic role in the development of tourism in relation to society and the market. The debate over public policies aimed to support this analysis of public policies on tourism because, despite the voluminous discussions of the Brazilian public policy, tourism public policy is relatively recent and its impact assessments and evaluation poorly studied. As a research method the documental analysis was used. 26 Brazilian tourism public policies and 28 Argentine were selected. The categories considered for analysis were purposes and expected effects of these policies. During the analysis two identical periods in both countries where tourism policies take different characteristics from 1999 to 2002 and from 2003 to 2009 were identified. It was observed that even during different periods, goals and expectations of tourist policies in Argentina and Brazil are very similar. This similarity may be related

^{*} Doctoranda en Ciencias Sociales por la Universidad Federal de Juiz de Fora, Brasil. E-mail: marianachaves82@yahoo.com.br

^{**} Profesor en la Universidad Federal de Juiz de Fora Brasil y Doctorando en Administración por la Universidad Federal de Lavras, Brasil. E-mail: thiagodpimentel@gmail.com.

to the positions sometimes less, sometimes more intervening governments, as well as the periods of lesser and greater economic instability, matching between the countries over the period studied.

KEY WORDS: *public policy, tourism, Brazil, Argentina.*

INTRODUCCIÓN

El turismo se convirtió en un nuevo sector de la economía mundial y en una práctica social a partir de la segunda mitad del siglo XX con la expansión del capitalismo, el desarrollo de las tecnologías, la división social e internacional del trabajo y la reivindicación de los derechos al tiempo libre de los trabajadores (Araujo & Gelbcke, 2008). El desarrollo de este sector en Brasil desde la década de 1930 fue lento y recién a partir de la década de 1990 logró una gran expansión. No sólo Brasil tiene expectativas en cuanto al crecimiento de la actividad turística, para muchos países el turismo está convirtiéndose en una base firme para el desarrollo (Ansarah, 2000). Este escenario no es diferente en América Latina donde los gobiernos intentan dedicar más atención al desarrollo de la actividad, principalmente por el potencial de generación de empleo e ingreso.

A pesar de la aparente convergencia de intereses en cuanto al desarrollo del turismo, en el contexto latinoamericano muchos países atraviesan diferentes circunstancias políticas y económicas que pueden impactar sobre los objetivos y efectos esperados de las políticas en los diversos países de la región. Por ejemplo, durante la década de 2000 Brasil pasó por un período de retomar objetivos desarrollistas, sacrificados por los gobiernos anteriores para contener la inflación. En cambio Argentina pasó por una profunda crisis económica a fines de la década de 1990, que continuará en la década siguiente impactando directamente sobre la capacidad de acción de los gobiernos.

Estudios como los de Coelho (2003), Brooks (2003), Mesa-Largo (2003) y otros, buscan comprender las políticas sectoriales, como las de previsión o sociales en una perspectiva de conjunto, analizándolas en base al contexto general de las políticas públicas nacionales, o supranacionales (América Latina). En este sentido se propone la idea que dirige este trabajo: *¿cómo es propuesta la intervención sobre el turismo en los diferentes contextos políticos y económicos de Brasil y Argentina durante la década de 1999 hasta 2009?* Buscando responder a esta pregunta este artículo tiene como objetivo analizar comparativamente las agendas públicas de turismo de Argentina y Brasil entre 1999 y 2009.

Para alcanzar este objetivo se realizó primeramente la búsqueda de la legislación pertinente. Se seleccionaron 26 políticas públicas argentinas y 28 brasileñas. Para el análisis comparativo se utilizaron como criterios los *objetivos* y los *efectos esperados* de las políticas.

ESTADO Y POLÍTICAS PÚBLICAS

Según Almond (1992) la noción de Estado es delineada de manera diferente por dos teorías dominantes en las Ciencias Políticas. La primera reivindica la soberanía “clásica” del Estado y la segunda está conformada por los teóricos pluralistas “clásicos”. La primera noción refuerza la autoridad absoluta del Estado, mientras que la segunda niega la soberanía del Estado y lo caracteriza como una asociación entre muchas partes.

Mann (1992, citado por Martins, 2007) observa que, a pesar de ser un concepto confuso, las definiciones de Estado contienen dos perspectivas principales de análisis: la institucional y la funcional. Esto significa que el Estado puede ser definido por su carácter institucional o por sus funciones. Una visión mixta sería la de Weber (2006) que considera aspectos institucionales y funcionales. Su concepto presenta cuatro elementos principales: (1) un conjunto de instituciones y funcionarios; (2) centralidad, las relaciones políticas irradian desde el centro; (3) territorio demarcado, sobre el cual es legítimo; (4) establecimiento de leyes obligatorias sustentadas por el monopolio de la violencia.

Como observa Poggi (2008), a través de los últimos dos o tres siglos, muchos Estados han adquirido características adicionales a aquellas apuntadas por Weber. Su estructura interna es generalmente concebida y controlada por leyes que cada Estado produce e impone y que regulan sus propias actividades. Éstas son muy diversas y son generalmente realizadas por varios organismos y agencias especializadas. Lidian directamente con un conjunto variable de problemas que el Estado considera de relevancia pública, dejando de lado la iniciativa de sujetos individuales u otros problemas que preocupan a la sociedad civil. Así, las instituciones de la esfera pública pueden capacitar a los individuos para formar y comunicar opiniones sobre las políticas de Estado y para organizar partidos que representen los diversos intereses de la sociedad, que seleccionen el personal para los diversos organismos estatales y que estipulen sus políticas (Poggi, 2008).

Como sugiere Kliksberg (1998), el rol intervencionista del Estado estuvo históricamente presente en varias naciones por medio de la centralización de la planificación. Para ese autor, en la práctica esta visión mostró graves dificultades en su propia concepción subestimando o marginalizando a la sociedad civil en sus múltiples expresiones y en su implementación efectiva cuya maquinaria reveló serias ineficiencias además del carácter de la gestión centralizado, rígido y distante de las exigencias de la realidad.

Por otro lado, aparecía la necesidad de un Estado mínimo, denominado liberalismo. Según la teoría liberal adoptada en algunos países a partir de la década de 1980 y, en Brasil en la década siguiente, el desarrollo debería ser entregado al mercado por una “mano invisible”. Según Kliksberg (1998), este enfoque presenta de forma implícita una subestimación de las capacidades productivas y de aproximación a otras expresiones de la sociedad civil, que no sean ni el Estado ni el mercado.

Actualmente se vislumbra la reaparición del Estado interventor. El actual escenario de cambios acelerados viene acompañado de una gran dosis de incertidumbre y genera una amplia demanda de respuestas estatales. Esa nueva postura de y ante el Estado contribuye a que el diseño y la ejecución de políticas públicas, tanto las económicas como las sociales, ganen mayor visibilidad. Otros factor que contribuye con esto es el hecho de que aún no se ha establecido cómo diseñar políticas públicas capaces de impulsar el desarrollo económico y de promover la inclusión social en los países en desarrollo y de democracia reciente, especialmente los de América Latina (Souza, 2006).

Dye (2009: 1) entiende a las políticas públicas como *lo que el gobierno decide hacer o no hace*” y para Souza (2006) las últimas décadas registraron el resurgimiento de la importancia del campo de conocimiento denominado políticas públicas así como de las instituciones, reglas y modelos que rigen su decisión, elaboración, implementación y evaluación.

Para Frey (1999), los estudios sobre políticas públicas en Brasil son muy recientes y se basan en teorías elaboradas en países desarrollados debiendo ser ajustados a las particularidades de las democracias recientes de América Latina como el carácter dinámico del período de redemocratización pos-dictadura y el escenario de constantes cambios del sistema político democrático que aún no ha sido consolidado.

POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO

Según De La Torre (1992: 92) el turismo es conceptualizado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) como:

[...] un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporario de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, salen de su lugar de residencia habitual hacia otro lugar, en el cual no realizan ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples relaciones de importancia social, económica y cultural.

Goeldner, Ritchie & McIntosh (2002) consideran que una política de turismo es:

Un conjunto de reglamentaciones, reglas, lineamientos, directivas, objetivos y estrategias de desarrollo y promoción que conforma una estructura en la cual se toman las decisiones colectivas e individuales que afectan directamente al desarrollo turístico y a las actividades dentro de un destino.

Las primeras políticas públicas de turismo brasileñas coinciden con el período de mayor intervención del Estado en la economía durante la década de 1930. En 1939 se crea la División de Turismo, considerada el primer organismo oficial de turismo de la administración pública federal con atribuciones de “supervisar, organizar y fiscalizar los servicios de turismo interno y externo”. Con la caída del Estado Nuevo se extingue la División de Turismo juntamente con el Departamento de

Información del cual formaba parte (Pimentel, 2011). En 1958 es creada la Comisión Brasileña de Turismo (Combratur). El Decreto Ley 55/66 instituye por primera vez una Política Nacional de Turismo, que intenta integrar lineamientos y normas para planificar el desarrollo del turismo (Pimentel, 2011). Más tarde, en 1991, fue creado el Instituto Brasileño de Turismo (Embratur), vinculado a la Secretaría de Desarrollo Regional de la Presidencia de la República, con la finalidad de *formular, coordinar, ejecutar y hacer ejecutar la Política Nacional de Turismo* (Dias, 2003: 134).

Al presentar el resultado de una investigación realizada desde fines de la década de 1980 que tuvo como objetivo analizar el desempeño del sistema nacional de turismo instituido en la administración pública, Beni (2006) constató una gran variabilidad de la gestión del turismo en los diversos sectores de la administración pública. Se destaca que el sector del turismo nunca estuvo entre las prioridades de las políticas públicas de los tres poderes del gobierno.

La creación del Ministerio de Turismo en 2003 durante el gobierno de Lula se presentó con el propósito de enfrentar, en el área de turismo, el desafío de concebir un nuevo modelo de gestión pública descentralizada y participativa. Son atribuciones del Ministerio: la política nacional de desarrollo del turismo, la promoción del turismo interno y externo, el estímulo a las iniciativas públicas y privadas de incentivo a las actividades turísticas, y la planificación, coordinación y evaluación de los planes y programas de incentivo al turismo (Pimentel, 2011).

Como observa Sola (1996), en el contexto mundial el desarrollo de políticas de turismo sólo para la promoción del turismo va cediendo lugar a políticas volcadas al desarrollo de productos diversos con el objetivo de mantener la competitividad. Ese cambio de orientación de los gobiernos se debió, según el autor, al cambio en la propia naturaleza del sector turístico, la eliminación del turismo de masas para proponer una mayor segmentación del mercado, el uso de nuevas tecnologías, la diferenciación de productos y la adopción de nuevos estilos de gestión, que exigirán a los gobiernos cambios sustanciales en las políticas de turismo.

Sola (1996) afirma que el contenido de las políticas de turismo ha variado mucho a lo largo de los años. El autor observa tres generaciones de políticas públicas de turismo (Figura 1). Una primera generación que abarca las primeras décadas de la era fordista del turismo y se caracteriza por el objetivo, implícito o explícito, de estimular el turismo de masas a partir de un punto de vista cuantitativo. En la segunda generación, los impactos sociales, económicos y ambientales de la actividad turística son mejor comprendidos, y los instrumentos jurídicos, económicos y financieros son utilizados con la intención de redefinir el objetivo de aumentar la contribución del turismo al bienestar de los residentes. La competitividad de la tercera generación de políticas de turismo se convirtió en foco de las estrategias de turismo, y el objetivo de las políticas de turismo se vuelca a la creación y el mantenimiento de una estructura turística competitiva.

Figura 1: Etapas de las políticas públicas mundiales de turismo (principalmente Europa y América del Norte)

Turismo fordista	Turismo responsable	Turismo competitivo
1930-45	1970	1980 ...

Fuente: Elaborado a partir de Sola (1996)

METODOLOGÍA

Este trabajo es de carácter cualitativo. La investigación cualitativa tiene diferentes significados en las ciencias sociales, pues comprende un conjunto de diferentes técnicas interpretativas que buscan describir y decodificar los componentes de un sistema complejo de significados (Neves, 1996). Como afirman Denzin & Lincoln (1994), en la investigación cualitativa el investigador tiene la libertad de elegir, combinar y crear las prácticas y métodos de investigación que se adecúen de manera pertinente al objeto y contexto que se desea estudiar.

Los métodos cualitativos y cuantitativos no se excluyen. Más allá de que difieren en cuanto a la forma y al énfasis, los métodos cualitativos aportan al trabajo de investigación un *mix* de procedimientos de carácter racional, capaces de contribuir a una mejor comprensión de los fenómenos (Neves, 1996).

El procedimiento operacional utilizado para realizar el trabajo fue el análisis de documentos, más específicamente las legislaciones de turismo de Brasil y Argentina durante el período de 1999 a 2009. Para seleccionar el material a ser estudiado, se utilizaron los sitios de la Cámara de Diputados (www.camara.gov.br), en el caso brasileño, y del Boletín Oficial (www.boletinoficial.gov.ar), en el caso argentino. Como resultado de la búsqueda de la palabra “turismo” durante el período de 1999 a 2009 se obtuvieron 199 políticas argentinas, de las cuales 26 fueron seleccionadas y analizadas; y 524 políticas brasileñas, de las cuales 28 fueron consideradas para el estudio.

Para Pimentel (2001), los estudios basados en documentos como material primordial -sean revisiones bibliográficas o investigaciones historiográficas- extraen de ellos el análisis, organizándolos e interpretándolos según los objetivos de la investigación propuesta.

Para el análisis del material recolectado se optó por la técnica de análisis de contenido, conforme Bardin (1977), quien lo define como:

Un conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones, que utiliza procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, para obtener indicadores cuantitativos o no, que permitan la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción / recepción (variables inferidas) de los mensajes (Bardin, 1977: 42).

Triviños (1987) considera que el análisis de contenido se estructura básicamente sobre tres

partes distintas aunque complementarias: a) pre-análisis, que consiste en los procesos de clasificación, ordenamiento y lectura “fluctuante” de todo el material recolectado, con vistas a obtener un panorama general del estudio y delimitar posibles recortes e hipótesis de estudio; b) descripción analítica, que comienza con la delimitación del recorte a ser estudiado, aún en el pre-análisis, y tiene la finalidad de enfocar el *corpus* que deberá ser estudiado en profundización. En esa etapa se aplican los procedimientos de codificación, clasificación y categorización del material recolectado, por criterios de afinidad, como por ejemplo, el perfil profesional, o la actuación profesional, entre otros; c) la fase de interpretación corresponde al análisis del material basado en la reflexión e intuición, relacionando el contenido manifiesto del texto (enunciado explícito) con el contenido latente (o implícito, o sea, aquel que no es explicitado) a fin de descubrir las ideologías, tendencias, o fenómenos sociales expresados en el material recolectado.

COMPARACIÓN DE LAS AGENDAS PÚBLICAS DE TURISMO DE BRASIL Y ARGENTINA DESDE 1999 HASTA 2009

Para la elaboración del análisis de las políticas públicas de turismo de Brasil y Argentina es necesario tener en cuenta primeramente los contextos político-económicos de los países en el período en análisis de 1999 a 2009. Para esto se expone una breve presentación de los marcos gubernamentales que caracterizaron a la gestión federal en ambos países que darán soporte a los análisis. Luego, se estudian las políticas de turismo conforme con dos criterios, sus *objetivos* y sus *efectos esperados*.

Marcos gubernamentales de Brasil y Argentina entre 1999 y 2009

Brasil

La reelección de Fernando Henrique Cardoso era un elemento importante en la estrategia política del gobierno. Durante el segundo mandato, de 1999 a 2002, la continuidad permitía implementar una agenda que viera más allá de la política antiinflacionaria y las privatizaciones procurando retomar el desarrollo. No obstante, su segundo gobierno no realizó el proyecto alentado por el presidente y los principales líderes de su partido: cambiar la bandera política que legitimaba su gobierno, transformando a la agenda estabilizadora en una agenda de crecimiento sustentado (Couto & Abrucio, 2003).

Durante los dos mandatos de Fernando Henrique Cardoso algunos mecanismos generales adoptados por el gobierno federal procuraron modificar y coordinar las relaciones intergubernamentales y el proceso de descentralización (Abrucio, 2005). Uno de ellos se refiere al hecho de que Brasil había iniciado el proceso descentralizador antes de estabilizar la economía, lo que hizo más difícil la creación de juegos más coordinados y efectivos de división de atribuciones. Otro mecanismo fue la asociación entre la descentralización y los objetivos de reformulación del

Estado. En ese sentido, el gobierno federal procuró reducir todos los focos de creación de déficit público en las administraciones de gobierno dentro del país. La transferencia de recursos condicionada a la participación y fiscalización de la sociedad fue un tercer mecanismo que se destacó durante el gobierno de FHC (Abrucio, 2005).

Referente a la gestión del presidente Lula, se estableció como una importante característica de su gobierno la tensión entre las agendas sociales externa y de recuperación del desarrollo, y el enfoque ortodoxo sobre la inflación, que destina los superávits fiscales y comerciales a financiar los intereses y servicios de la deuda (Martins, 2007).

Durante el primer año de gobierno de Lula se implementaron acciones con la intención de evitar el caos económico, conocer la maquinaria gubernamental, avanzar al máximo posible en la agenda de reformas y, sobre todo, mantener el índice de aprobación popular en un alto nivel. El gobierno optó por una política económica ortodoxa con vistas a estabilizar la economía y restaurar su credibilidad, amenazada en el mercado financiero internacional dando continuidad a aquella asumida por el gobierno de Fernando Henrique Cardoso (1994-2002) en coincidencia con las metas acordadas con el FMI (Martins, 2007).

Sin recursos para invertir en políticas públicas, el gobierno se dedicó a recortar gastos y aumentar las exportaciones, aumentando el superávit primario, en un esfuerzo gigantesco para generar recursos y pagar intereses de la deuda pública, [...] las consecuencias fueron devastadoras [...] (Fleury, 2003; citado por Freitas, 2007).

La economía mundial retomó su crecimiento acelerado a partir de 1994, expandiéndose entre 1994 y 2005 en un 2,3% a. a. per cápita; nivel bastante superior al período 1974-1993 cuando su expansión fue de 1,2%. No obstante, si se observa el desempeño de Brasil se verá un resultado en desacuerdo con este ascenso.

A pesar de las semejanzas con gobiernos anteriores, el gobierno del presidente Lula realizó algunas acciones que representan mejoras para diferentes sectores de la población: a) la política externa más independiente y activa; b) la disposición para el diálogo con los movimientos sociales; c) la deuda externa fue reducida; d) el agro-negocio no excluyó a la agricultura familiar; e) el aumento real del salario mínimo, con aumento del poder de compra (Freitas, 2007).

Para Druck & Filgueiras (2007), la política social practicada por el gobierno de Lula, focalizada en combatir la pobreza, nace y se articula umbilicalmente a las reformas liberales, y su función es compensar parcialmente los estragos socioeconómicos promovidos por el modelo liberal periférico y sus políticas económicas; es decir, el bajo crecimiento económico, la pobreza, el alto desempleo, un proceso generalizado de precarización del trabajo.

Argentina

En los primeros años, el *currency board* argentino introducido por la ley de convertibilidad de 1991, parecía un régimen monetario promisorio. La hiperinflación fue rápidamente controlada y, hasta 1997, la economía creció a tasas significativas. El cuadro se modificó con las repercusiones de las crisis del Este de Asia, en 1997, y en Rusia, en 1998. De allí en adelante aumentaron las muestras de que Argentina era especialmente vulnerable a los escenarios internacionales que alcanzaban los mercados "emergentes". En 2000 y 2001 el presidente De la Rúa (1999-2001), electo en oposición al desgastado gobierno de Menem, insistió en preservar el régimen monetario-cambiario. Esa insistencia produciría un verdadero desastre económico y terminaría por provocar su renuncia en 2001 (Batista Jr, 2002).

El modelo *currency board* comienza a ser recomendado después del Consenso de Washington, particularmente para países que, como Argentina, experimentaron crisis monetarias agudas y prolongadas. Son características del modelo la tasa de cambio fija en relación al dólar, y la convertibilidad; o sea la eliminación de restricciones a la conversión de la moneda nacional en moneda extranjera y viceversa (Batista Jr, 2002).

El drástico desenlace de la crisis política y económica; el decreto de la moratoria de la deuda pública firmado por el presidente interino Adolfo Rodríguez Saá y la elección indirecta de Eduardo Duhalde por el Parlamento argentino en un breve lapso entre fines de diciembre de 2001 e inicios de enero de 2002 fue sólo un escalón más en el proceso de deterioro político, económico y social de Argentina. En medio del caos económico, político y social, el gobierno de Duhalde inició, en enero de 2002, una completa revisión del sistema monetario argentino. El principal desafío del nuevo gobierno era garantizar la paz social en Argentina para evitar el caos en la economía y la revolución social. Para lograrlo su alternativa fue adoptar medidas para retomar el crecimiento económico del país (Pereira, 2002).

Después de la crisis política y económica de 2001, la renegociación de la deuda externa, por medio de un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI) y los acreedores internacionales fue prioritaria para el gobierno de transición de Duhalde (2002-2003) y el gobierno electo de Néstor Kirchner. A partir de 2002, la economía argentina comenzó a dar señales positivas de recuperación, alcanzando un crecimiento de más del 8% del Producto Interno Bruto (PIB) en 2003 (Vadell, 2006).

En materia de política externa, la gestión de Néstor Kirchner (2003-2007) estaba pautada por las dificultades económicas y financieras. El resultado de las elecciones para diputados y senadores de octubre de 2005 fortaleció el apoyo de amplios sectores de la población argentina al gobierno peronista y a la figura del presidente Kirchner, tanto en el espectro político nacional (manteniendo una amplia mayoría en el Congreso), como dentro del propio Partido Justicialista derrotando a los

principales rivales: Eduardo Duhalde, en la provincia de Buenos Aires, y Carlos Menem, en la provincia de La Rioja (Vadell, 2006).

La elección de Cristina Kirchner (2007-2011) no enfrentó grandes obstáculos. A diferencia de su marido, electo por poco más del 20% de los electores argentinos, Cristina venció las elecciones con el significativo porcentaje de más del 45% de los votos válidos. Basada en la popularidad de su marido, en el crecimiento de la economía argentina y en sospechas de uso de la maquinaria estatal la candidatura dejó poco espacio para rivales. Además del uso de la imprecisa idea de “*cambio con continuidad*”, su campaña mencionó la corrección de errores del gobierno anterior. Las expectativas de mayor cambio se concentraron en la política externa (Ribeiro, 2008).

El gobierno de Cristina Kirchner mantiene, de hecho, el componente más destacado del gobierno de su marido: la creciente intervención estatal, sobre todo en la economía. Néstor Kirchner recurrió a una serie de instrumentos de intervención del Estado en la política económica (monetaria y fiscal) a contramano del proceso de consolidación de las economías de mercado (Ribeiro, 2008).

Agendas públicas de turismo de Brasil y Argentina de 1999 hasta 2009: análisis comparado

Objetivos

Durante el gobierno de Fernando Henrique Cardoso se crea el Ministerio de Deporte y Turismo, siendo el turismo reorganizado en la estructura institucional del gobierno a partir de su desmembramiento del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. El nuevo Ministerio nació con la atribución de formular y coordinar la política nacional de desarrollo del turismo, la promoción y difusión del turismo en Brasil y el exterior, el estímulo a las iniciativas públicas y privadas de incentivo al turismo, y la planificación, coordinación, supervisión y evaluación de planes y programas de incentivo al turismo.

En cuanto al estímulo a las iniciativas públicas y privadas presentes en las atribuciones de la EMBRATUR desde 1991, durante este período cobró fuerza debido a la marcada intención del gobierno de desregular los mercados, desestatizar y abrir la economía. Un aspecto nuevo fue la preocupación por mejorar la calidad y productividad del sector presente en los objetivos del Consejo Nacional de Turismo y en las reformas administrativas emprendidas en la administración pública brasileña a partir de la década de 1990.

Con el gobierno de Lula el turismo alcanzó la cima institucional en la estructura del Estado. Luego, en 2003, se creó el Ministerio de Turismo. Este Ministerio tuvo la atribución de formular y evaluar la política nacional de desarrollo sustentable del turismo, en sus dimensiones económica, social, ambiental, cultural y ética; estimular la certificación de personas, actividades, emprendimientos y equipamientos en el ámbito del Sistema Brasileño de Certificación; apoyar el desarrollo de

infraestructura; realizar promociones y la difusión interna y externa; estimular las iniciativas públicas y privadas; incrementar la calidad y competitividad; y gestionar el Fondo General de Turismo.

Como novedad en relación a la estructura anterior se observó la incorporación del criterio de sustentabilidad del turismo en la formulación y evaluación de la política nacional. Es claro que los objetivos son recurrentes en las políticas de turismo y están asociados al influjo de turistas y a los ingresos extranjeros además de la incorporación de medidas recientes, como la preocupación por la calidad y competitividad del turismo nacional.

La política nacional de turismo estaba regida en 2008 por lineamientos como la libre iniciativa, la descentralización, la regionalización; el desarrollo económico-social justo y sustentable la democratización del acceso al turismo la reducción de desigualdades, el aumento de los flujos, la permanencia y el gasto medio de los turistas nacionales y extranjeros la creación de nuevos productos y destinos; la descentralización y la regionalización del turismo con la participación de la comunidad en los beneficios de la actividad económica; la educación e interpretación ambiental, la preservación de la identidad cultural de las comunidades, el aumento y diversificación de líneas de financiamiento para emprendimientos y pequeñas y medianas empresas, la mejora de la calidad, la búsqueda de originalidad y el aumento de la productividad, el intercambio de información entre universidades e institutos de investigación; y la formación y calificación de recursos humanos.

Para la ejecución de la política se trazó el Plan Nacional de Turismo con vigencia de cuatro años. En el mismo año se instituyó el Sistema Nacional de Turismo para alcanzar las metas del Plan Nacional de Turismo, debiendo estimular la integración de los diversos segmentos del sector y el intercambio con entidades nacionales e internacionales. Incluso, se creó el Comité Interministerial de Facilitación Turística, para compatibilizar la ejecución de la Política de Turismo con las demás políticas.

En cuanto al caso argentino, la Ley 25.198 de 1999 ya marca la pauta de la relevancia que el turismo adquiere como actividad socioeconómica capaz de contribuir positivamente con la balanza comercial nacional, sea por la atracción de divisas extranjeras (como se nota por otras medidas como la creación de la sección especial en la Secretaría de Turismo de la Nación para Agencias de Viaje de receptivo internacional, o por la declaración de evento de interés nacional para eventos con capacidad de promoción y difusión del turismo del país); sea por la generación de empleo e ingreso internamente, como se verá con la creación de ciertos programas para el sector.

Dicho posicionamiento ante las potencialidades del sector dará origen al Convenio de Cooperación para el Desarrollo del Empleo en el Mercado Turístico que buscaba el registro de profesionales y empresas del sector para facilitar el acuerdo entre la oferta y la demanda de trabajo en el sector turístico; y al Convenio para mejorar la competitividad y la generación de empleo del sector de turismo, que pretendía estimular la creación de empleo en el sector por la extensión de los

beneficios tributarios otorgados por el Decreto N° 730/2001 a generadores de empleo temporario del sector de turismo.

Algunos programas serán creados con la intención de desarrollar el mercado interno y regional de turismo en Argentina buscando diversificar la oferta de productos y destinos y aprovechar el flujo de turistas de Buenos Aires hacia otras regiones del país. Entre ellos se pueden citar el Programa de Desarrollo de Destinos Nacionales y el Programa Nacional de Turismo Rural. Los objetivos del primer programa son favorecer el desarrollo equilibrado de las diversas regiones argentinas, beneficiar el flujo turístico durante los períodos de media y baja temporada y aprovechar el flujo de los principales centros emisores hacia destinos diversos disminuyendo los costos de explotación de las áreas sub-explotadas y mejorando la competitividad nacional. El principal objetivo del segundo programa es cooperar con el desarrollo de las economías regionales creando empleo rural.

Con el gobierno de Kirchner el turismo asume su propia cartera en 2003 y se crea la Secretaría de Turismo junto a la Presidencia de la Nación. En el mismo año se promulga la Ley Nacional de Turismo 25.997 con objetivos tales como fomentar, desarrollar, promover y regular la actividad turística y el recurso turismo; posibilitar la coordinación e integración normativa; desarrollo social, económico y cultural; desarrollo sustentable; optimizar la calidad de los destinos y de la actividad turística; asegurar las condiciones para el desarrollo de un producto turístico competitivo; ampliar el uso y disfrute del turismo a los distintos sectores de la sociedad; y proteger los derechos del turista y la prevención y solución de conflictos. Finalmente, en 2009, se crea el Ministerio de Industria y Turismo; que en 2010 será desmembrado para crear el Ministerio de Turismo durante el gobierno de Cristina Kirchner.

Es claro que hasta el gobierno de Duhalde los objetivos de las políticas y programas de turismo buscaban mayormente la creación de ingreso y empleo en el país, medidas que resuenan como socorro al proceso de deterioro político, económico y social del país en ese período. Con la Ley Nacional de Turismo se refuerzan cuestiones tales como el fomento, la regulación y la coordinación de la actividad turística por parte del Estado, que pasa a ser intermediador e interventor directo sobre el desarrollo del sector asumiendo el rol de promotor del desarrollo económico y social; postura asumida por el gobierno de Kirchner como tentativa de contención y superación de la crisis.

Efectos esperados

El período 1999 a 2002 está marcado en Brasil por poco intervencionismo estatal en el turismo debido a la posición liberal asumida por el Estado. Se observa la adopción por parte del gobierno de los principios gerencialistas de gestión, de cuño neoliberal, como las concesiones de créditos suplementario del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la definición de áreas prioritarias de desarrollo turístico con la finalidad de optimizar los recursos. El principal efecto esperado con las políticas de este período es la ampliación del mercado turístico nacional y extranjero por la

diversificación y regionalización de los recursos turísticos brasileños.

Durante el gobierno de Lula (2003-2010) se buscó aumentar las exportaciones para aumentar el superávit primario, con la intención de corregir los desequilibrios macroeconómicos del gobierno anterior y retomar el crecimiento. En este sentido, el gobierno persigue el desarrollo del turismo interno y el incremento del flujo externo. Con la promulgación de la Ley General de Turismo 11.771 en 2008, se espera lograr la competitividad del sector interna y externamente, por la mejora de la calidad y productividad; y la sustentabilidad económica, social y ambiental, por el compromiso de las comunidades en la gestión, por la generación de empleo e ingreso, por la reducción de las desigualdades regionales, y por la protección al patrimonio natural y cultural, por ejemplo.

Se percibe cierta tensión gubernamental entre las agendas de recuperación del desarrollo, debido a la búsqueda del incremento del flujo de turistas y la competitividad, por ejemplo; y social, debido al celo por la sustentabilidad y la inclusión social a través del empleo. Se puede señalar que se entiende al turismo como una actividad capaz de asociar el desarrollo social con el económico considerando ciertos principios de sustentabilidad ambiental, económica y social.

A diferencia del caso brasileño, se produjeron intensas intervenciones sobre el desarrollo del turismo argentino en el período de 1999 a 2002. Sea impulsada por la crisis o no, que puede haber generado la necesidad de crear alternativas de contención del caos económico y social, en ese período se observa una gran actividad de los gobiernos sobre el sector. El principal efecto esperado del sector en el período es, al igual que en Brasil, el crecimiento del mercado turístico interno y externo como contribución al desarrollo económico y social de la Argentina en crisis.

Durante el gobierno de Néstor Kirchner -principalmente con la promulgación de la Ley Nacional de Turismo- cuando la economía argentina comenzaba a presentar señales de recuperación se perciben algunos efectos esperados de las políticas debido al mantenimiento de ciertos objetivos recurrentes, como el incremento del turismo y el aporte de divisas extranjeras (importante para el equilibrio de la balanza comercial). En el sector también se amplía la expectativa de sustentabilidad, por la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales; por la competitividad, a través de la optimización de la calidad; y por la gestión participativa, tanto de los sectores públicos, privados como de la sociedad.

De este modo se percibe en ambos países la intención de conversión sobre la promoción del turismo a través del desarrollo de productos diversificados, de calidad, ambiental y socialmente responsables, que busquen asegurar la competitividad del turismo nacional y el desarrollo económico y social de las naciones.

Se observa así que a pesar de los diferentes contextos por los que pasaron los dos países durante la década de 1999 a 2009, los objetivos y efectos esperados de las políticas de turismo se

asemejan probablemente debido al propio posicionamiento del gobierno más o menos interventor sobre los ámbitos económico y social y a la tendencia a asimilar las nuevas formas de gestión pública en ese período en América Latina. El liberalismo tendió a ser un modelo de gestión pública substituido -o al menos suprimido- por los gobiernos de Brasil y Argentina a principios de la década de 2000 después de mostrar sus limitaciones económicas y sociales durante la década de 1990, habiendo adoptado los gobiernos desde entonces un posicionamiento de menos confianza ante la capacidad reguladora del mercado. El Estado asume, así, ribetes de mediador de intereses y articulador de fuerzas buscando equilibrarlos, que se reflejan en las políticas de turismo al observar objetivos como la despolarización; la diversificación y la regionalización de productos y servicios turísticos; la participación de los sectores público y privado en la gestión de la actividad; y la participación de las comunidades en la organización y beneficios de la actividad, entre otros. Como síntesis de los análisis presentados se propone el Cuadro 2.

Cuadro 2: Objetivos y efectos esperados de las políticas públicas de turismo de Brasil y Argentina

	Argentina	Brasil
Objetivos (1999-2002)	Promoción interna y externa, generación de empleo e ingreso, competitividad, diversificación de productos, regionalización	Promoción interna y externa, diversificación de productos, estímulo a las iniciativas públicas y privadas, incremento interno y externo
Objetivos (2003-2009)	Desarrollar, promover y regular el turismo, coordinación e integración normativa, desarrollo social y económico, sustentabilidad, calidad, ampliación del mercado turístico, competitividad	Calidad, productividad, sustentabilidad, certificación de personas y empresas, promoción e incremento interno y externo, reducir desigualdades, diversificación de productos, regionalización, participación, originalidad
Efectos esperados (1999-2002)	Ampliación del mercado turístico interno y externo para el desarrollo económico y social y superación de la crisis	Ampliación del mercado turístico interno y externo, por la diversificación y regionalización de los recursos turísticos para el desarrollo económico
Efectos esperados (2003-2009)	Competitividad, sustentabilidad, gestión participativa, desarrollo social y económico	Competitividad, sustentabilidad, desarrollo social y económico

Fuente: Elaboración propia

CONSIDERACIONES FINALES

Para alcanzar el objetivo de este trabajo, es decir analizar comparativamente las agendas públicas de turismo de Argentina y Brasil entre 1999 y 2009, se utilizaron referencias teóricas y procedimientos metodológicos que pudieran dar base a la construcción de análisis que permitieran estudiar el tema.

En cuanto al cuerpo teórico, el debate sobre el Estado procuró entender sus funciones y su papel histórico en el desarrollo de la actividad turística con relación a la sociedad y al mercado. El debate sobre las políticas públicas intentó enmarcar el análisis sobre las políticas públicas de turismo; pues, a pesar de cantidad de estudios sobre las políticas públicas brasileñas, la política de turismo, por ser muy reciente, aún ha sido poco estudiada.

Como método de investigación se utilizó el análisis de documentos. Se seleccionaron en Argentina 26 y en Brasil 28 políticas públicas que contenían la palabra “turismo” en su objetivo y que tenían relevancia sobre la organización del turismo nacional. Como categorías de análisis se consideraron los objetivos y los efectos esperados de las políticas.

A partir del análisis se identificó que en ambos países existen dos períodos en los cuales las características de las políticas de turismo tienden a modificarse, períodos que, por coincidencia o no, son temporalmente demarcados de modo idéntico en Brasil y Argentina. Dichos períodos se extienden de 1999 a 2002 y de 2003 a 2009. La característica destacada del primer período es la asimilación de los principios neoliberales, tanto en los gobiernos argentinos como en el gobierno de Fernando Henrique Cardoso en Brasil. En el segundo período, de 2003 a 2009, se observa un cambio de postura en los gobiernos de los países, creciendo la intervención de las acciones públicas más incisivas sobre el desarrollo del sector, que resulta en un cambio en el perfil de las políticas públicas de turismo en esta década.

Como resultado de esa división de las políticas por período, los objetivos y efectos esperados de las políticas de turismo sufren una subdivisión en ambos países. En cuanto a los objetivos de la etapa entre 1999 y 2002 se observa en Brasil el mantenimiento de los objetivos anteriores y la incorporación por el gobierno de nuevos temas como la mejora de la calidad y productividad del sector, como reflejo del nuevo modo de gestión pública (gerencialista) adoptado por los gobiernos anteriores y profundizado por el gobierno de FHC.

En el período siguiente, de 2003 a 2009, debido a la postura más intervencionista del gobierno, surgen nuevos temas entre los objetivos de las políticas de turismo brasileñas como la sustentabilidad (económica, social y cultural) del desarrollo del turismo, el desarrollo económico-social justo, la reducción de desigualdades, la participación de la comunidad en la gestión y en los beneficios económicos de la actividad, el financiamiento a las pequeñas y medianas empresas, la certificación de personas y emprendimientos, el desarrollo de infraestructura, y el incremento de la calidad, originalidad y competitividad interna y externamente.

En cuanto a los objetivos de las políticas de turismo argentinas entre 1999 y 2002 se incluyen principalmente la generación de empleo e ingreso y sus elementos adyacentes, como la promoción del turismo interna y externamente y la diversificación y regionalización de los recursos y flujos turísticos. Desde 2003 a 2009 los gobiernos pasan a asumir tareas como el fomento, desarrollo, promoción y regulación de la actividad turística. Son objetivos de este período la coordinación e integración normativa, la sustentabilidad (económica, social y cultural) del desarrollo del turismo, la protección de los derechos del turista y la incrementación de la calidad, originalidad y competitividad interna y externa.

Como consecuencia de los objetivos presentados se observa que de 1999 a 2002 el principal efecto esperado de las políticas públicas de turismo en Brasil es la ampliación del mercado turístico nacional y extranjero. En el segundo período se espera de las políticas de turismo brasileñas el aumento de la competitividad del sector tanto en el mercado interno como externo, su sustentabilidad (económica, social y ambiental) y, como consecuencia, el desarrollo económico y social brasileño.

En Argentina, al igual que en Brasil, lo que se pretendía de las políticas de turismo entre 1999 y 2002 fue la ampliación del mercado turístico interno y externo buscando el desarrollo económico y social y la superación de la crisis. Desde 2003 hasta 2009 se esperaba de las políticas de turismo la ampliación del mercado turístico, la sustentabilidad, la competitividad y la gestión participativa, expectativas que buscan dar soporte al proceso de recuperación del desarrollo económico y social.

Así, es clara la similitud de las políticas de turismo de Brasil y Argentina como consecuencia de las dificultades económicas semejantes del período entre 1999 y 2002 y de la búsqueda por recuperar el desarrollo en la siguiente etapa.

Este trabajo buscó hacer una contribución al campo de estudios de políticas públicas en el ámbito del turismo, área aún poco debatida y evaluada en las ciencias políticas y sociales brasileñas y presentar algunos de sus temas y abordajes en la gestión pública. Intentó contribuir con el *corpus* teórico de turismo, área de estudios aún incipiente en Brasil, pero que está cobrando relevancia teórica a medida que se destaca como actividad económica como es común en los países en desarrollo de América Latina.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrucio, F. L.** (2005) "A coordenação federativa no Brasil: a experiência do período FHC e os desafios do governo Lula". *Revista de Sociologia e Política*, 24: 41-67
- Almond, G.** (1992) "El retorno al Estado". *Revista Sociológica*, 7(19 mai-ago): 241-269
- Ansarah, M.** (2000) "Turismo: como aprender, como ensinar". Vol. 2, Senac, São Paulo
- Araujo, G. P.; Gelbcke, D. L.** (2008) "Turismo comunitário: Uma perspectiva ética e educativa de desenvolvimento". *Visão e Ação* 10(3): 357-378
- Bardin, L.** (1977) "Análise do conteúdo". Edições 70, Lisboa
- Batista Jr, P. N.** (2002) "Argentina: uma crise paradigmática". *Estudos Avançados* 16(44): 83-96
- Beni, M. C.** (2006) "Política e planejamento do turismo no Brasil". Aleph, São Paulo
- Boletín Oficial de Argentina** (2002). <<http://www.boletinoficial.gov.ar>>. Acesso em 16 de janeiro de 2011
- Brooks, S. M.** (2003) "Proteção social e integração econômica – a política da reforma previdenciária na era da mobilidade do capital". In: Coelho, V. S. (Org.) *A Reforma da Previdência Social na América Latina*. Editora FGV, Rio de Janeiro, pp. 187-226.
- Câmara dos Deputados do Brasil** <<http://www2.camara.gov.br/atividade-legislativa/legislacao>>. Acesso em: agosto de 2010 a janeiro de 2011

- Coelho, V.S.** (2003) "Poder executivo e reforma da previdência na América Latina". In: Coelho, V. S. (Org.) *A Reforma da Previdência Social na América Latina*. Editora FGV, Rio de Janeiro, pp. 131-154.
- Couto, C. G.; Abrucio, F. O** (2003) "Segundo governo FHC: coalizões, agendas e instituições". *Tempo Social*, 15(2): 269-301.
- De La Torre, O.** (1992) "El turismo, fenómeno social". Fondo de Cultura Económica, México
- Denzin, N. K.; Lincoln, Y.** (1994) "Handbook of qualitative research". Sage, London
- Dias, R.** (2003) "Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil". Atlas, São Paulo
- Druck, G.; Filgueiras, L.** (2007) "Política social focalizada e ajuste fiscal: as duas faces do governo Lula". *Revista Katálisis* 10(1jan/jun): 24-34
- Dye, T.** (2009) "Understanding public policy". Longman, New York
- Freitas, R. C. M.** (2007) "O governo Lula e a proteção social no Brasil: desafios e perspectivas". *Revista Katálisis*, 10(1jan/jun): 65-74
- Frey, K.** (1999) "Análise de políticas públicas: algumas reflexões conceituais e suas implicações para a situação brasileira". *Cadernos de Pesquisa* 18: 211-259.
- Goeldner, C. R.; Ritchie, J. R. B.; McIntosh, R. W.** (2002) "Turismo: princípios, práticas e filosofias". Porto Alegre: Bookman. <http://books.google.com.br> Acesso 18 mar 2010
- Kliksberg, B.** (1998) "Repensando o Estado para o desenvolvimento social". Cortez Editora, São Paulo
- Martins, C. E.** (2007) "O Brasil e a dimensão econômico social do governo Lula: resultados e perspectivas". *Revista Katálisis* 10(1jan/jun): 35-43
- Mesa-Largo, C.** (2003) "A reforma estrutural dos benefícios de seguridade social na América Latina: modelos, características, resultados e lições". In: Coelho V.S. (Org.) *A Reforma da Previdência Social na América Latina*. Editora FGV, Rio de Janeiro, pp. 227-259
- Neves, J. L.** (1996) "Pesquisa qualitativa: perspectivas, usos e possibilidades". *Caderno de Pesquisas em Administração* 1(3): 1-5
- Pereira, J. M.** (2002) "A conexão entre a crise política e econômica na Argentina e o fracasso das políticas de corte neoliberal na América Latina". *Revista de Administração Mackenzie* 3(1): 116-133
- Pimentel, A.** (2001) "O método da análise documental: seu uso numa pesquisa historiográfica". *Cadernos de Pesquisa*, 114: 179-195
- Pimentel, M. P. C.** (2011) "A institucionalização de políticas públicas de turismo em âmbito municipal no Brasil". Dissertação de Mestrado (em Administração) não Publicada. Universidade Federal de Lavras, Lavras (MG)
- Poggi, G.** (2008) The nation-state. In: Caramani, D. "Comparative politics". Oxford University Press, Oxford, pp. 85-107.
- Ribeiro, M. P. A.** (2008) "Cambio con continuidad o continuidad sin cambio: um balanço dos 150 dias de governo de Cristina Kirchner". *Boletim de Análise de Conjuntura em Relações Internacionais*. Nº 93
- Sola, E. F.** (1996) "Tourism policy: a midsummer night's dream?" *Tourism Management* 17(6): 405-412.

- Souza, C.** (2006) Políticas públicas: uma revisão de literatura. *Revista Sociologias* 8(16): 20-45
- Triviños, A. R. S.** (1987) "Introdução a pesquisa em Ciências Sociais: pesquisa qualitativa em educação". Atlas, São Paulo
- Vadell, J. A.** (2006) "A política internacional, a conjuntura econômica e a Argentina de Nestor Kirchner". *Revista Brasileira de Política Internacional*, 49(1): 194-214
- Weber, M.** (2006) "Ciência e política: duas vocações". Editora Martin Claret Ltda., São Paulo

Recibido el 19 de marzo de 2011

Correcciones recibidas el 19 de abril de 2011

Aceptado el 25 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

LA CULTURA COMO RECURSO TURISTICO DE LAS CIUDADES

El caso de la patrimonialización del tango en Buenos Aires, Argentina

Mariana Gómez Schettini*
Analía Almirón**
Mercedes González Bracco***
Universidad de Buenos Aires
Argentina

Resumen: En la última década el gobierno local de la ciudad de Buenos Aires, Argentina, viene realizando diversas actuaciones estrechamente asociadas con el interés de situar a la ciudad en el mapa cultural y los circuitos turísticos globales actuales. Entre estas actuaciones tienen un papel destacado las vinculadas con la puesta en valor del patrimonio. Por eso, en el presente trabajo interesa indagar sobre las actuaciones del poder político local puestas en marcha en torno de la activación patrimonial de expresiones de la cultura. Para abordar esta cuestión, se analiza el proceso de patrimonialización del Tango como "Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad" bajo el auspicio de UNESCO. El análisis se basa en una investigación empírica que utiliza fuentes de información primaria y secundaria. La hipótesis de este trabajo es que la patrimonialización mundial del tango llevada a cabo por el gobierno de la ciudad de Buenos Aires puede verse como un ejemplo de las nuevas legitimaciones necesarias a fin de contribuir a su visualización en el mercado internacional del turismo cultural.

PALABRAS CLAVE: turismo, patrimonio, política turística-cultural, tango, Buenos Aires.

Abstract: Culture as a City Tourist Resource. The Case of Tango as a Heritage Resource in Buenos Aires, Argentina. During the last decade the government of Buenos Aires, Argentina, implemented several actions in order to place the city on the cultural and tourist global map. Among these actions those related to the heritage promotion have an important role. Therefore, this paper analyzes the actions of the said government related to the establishment of cultural heritage expressions focusing on the proposal of Tango as "Intangible Cultural Heritage of Humanity" before UNESCO. The present analysis is based on empirical research using primary and secondary sources. The hypothesis of this study is that the efforts made by the cities government in order enhance the tango as a heritage resource can be considered as an example of the new legitimacy necessary to stand out on the cultural tourism international market.

* Licenciada y Profesora en Sociología por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina y se desempeña como docente regular en la carrera de Sociología en esa misma universidad. Master en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Salamanca, España. Master en Educación y Gestión Educativa, Universidad de San Andrés, Argentina. Candidata al Doctorado en Ciencias Sociales de la Facultad de Ciencias Sociales en la UBA. Fue becaria de posgrado del CONICET, Argentina, y de la UBA. E-mail: marianagomez@mail.fsoc.uba.ar.

** Profesora de Geografía por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Es candidata al Doctorado (área geografía) de la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA y se desempeña como docente de la carrera de Geografía de esa misma universidad. Participa como investigadora en el Instituto de Geografía de Facultad de Filosofía y Letras y en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. E-mail: avalmiron@yahoo.com.ar.

*** Licenciada en Sociología por la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Especialista en Gestión Cultural y Políticas Culturales por el Instituto de Altos Estudios Sociales de la Universidad Nacional de San Martín, Argentina. Es candidata al Doctorado en Ciencias Sociales de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA y participa como investigadora en el Instituto de Ciencias Antropológicas (área de Antropología Social) y en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. E-mail: mercedesbracco@yahoo.com.ar.

KEY WORDS: *tourism, heritage, tourist cultural policies, tango, Buenos Aires.*

INTRODUCCIÓN

Durante el período actual las ciudades han cambiado su imagen y se han reposicionado a escala internacional en vinculación con las crisis económicas y los procesos de reestructuración industrial que las mismas han experimentado en las últimas décadas. Las acciones orientadas a la captación de turismo internacional constituyen una de las estrategias de revitalización de las ciudades llevadas a cabo por los gobiernos locales. En este contexto la cultura y el patrimonio son valorados en forma creciente como recursos de primer nivel para ser explotados económicamente.

La ciudad de Buenos Aires participa de estas tendencias. En efecto, durante la última década el gobierno local viene realizando diversas actuaciones estrechamente asociadas con el interés de situar a la ciudad en el mapa cultural y los circuitos turísticos globales actuales. Entre esas actuaciones tienen un papel importante las políticas culturales en general y las vinculadas con la puesta en valor del patrimonio en particular. Por eso, en el presente trabajo interesa indagar sobre las actuaciones del poder político local en torno de la patrimonialización o activación patrimonial en vinculación con la construcción de la ciudad como destino turístico de interés urbano y cultural, a partir de resultados alcanzados en el marco de un proyecto de investigación de la Agencia Nacional de Promoción de Ciencia y Tecnología (ANPCyT), con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires, que estudia el papel de las políticas turístico-culturales en las transformación del espacio en la ciudad de Buenos Aires.

Para ello, se parte de dos consideraciones generales: a) en la actualidad las manifestaciones materiales e inmateriales del patrimonio constituyen atractivos turísticos destacados, en especial aquellos que cuentan con una declaración patrimonial como las que otorga UNESCO; y b) las prácticas locales utilizadas para que ciertas manifestaciones del patrimonio entren en la competencia global por la patrimonialización contribuyen a aumentar su visibilidad cultural y turística a nivel internacional.

Para abordar esta cuestión, se analiza el reciente proceso de patrimonialización del tango como “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”, una figura implementada por UNESCO en el 2003 en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. La candidatura del tango, aprobada por este organismo en septiembre de 2009, resulta de un accionar conjunto entre los gobiernos locales de Buenos Aires (Argentina) y Montevideo (Uruguay). A pesar de esto, en este trabajo se analiza exclusivamente el fenómeno de la patrimonialización del tango en Buenos Aires, en base a una investigación empírica que utiliza fuentes de información primaria (recogida mediante entrevistas a funcionarios locales involucrados en la gestación, elaboración y gestión de la candidatura) y secundaria de diversas fuentes (documentos e informe técnico de la candidatura, documentos y resoluciones de UNESCO, artículos periodísticos, entre otras).

El principal interrogante a responder con este análisis es ¿por qué, en determinado momento una expresión cultural busca obtener y adquiere la legitimación de la denominación “patrimonio cultural mundial”? Específicamente, se propone conocer ¿quiénes, cómo y por qué llevaron adelante la postulación del tango ante UNESCO? ¿Qué concepción del tango como patrimonio subyace en la candidatura? ¿Cómo se apela a la dimensión territorial para llevar adelante los objetivos de patrimonialización? ¿En qué saberes producidos desde diferentes ámbitos se apoyaron para fundamentar la postulación? ¿Cuáles son las prácticas y los criterios de selección implementados por UNESCO que participan en la construcción del “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”?

El análisis intentará demostrar que los procesos de patrimonialización contemporáneos buscan contar con determinados “sellos de legitimidad” con el propósito de resaltar ciertas manifestaciones materiales o inmateriales al tiempo que arraigarlas de manera indiscutida al lugar. La hipótesis de este trabajo es que la patrimonialización mundial del tango llevada a cabo por el gobierno de la ciudad de Buenos Aires puede verse como un ejemplo de estas nuevas legitimaciones necesarias a fin de contribuir a su visualización en el mercado internacional del turismo cultural.

ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO DE LAS CIUDADES EN EL MERCADO TURÍSTICO INTERNACIONAL

Las ciudades pueden pensarse de diversas maneras. Como unidades económicas, comunidades imaginadas, artefactos culturales: todos estos abordajes implican una toma de posición compleja a la hora de reflexionar acerca de los cambios a los que se enfrentan. Las instituciones políticas, los organismos de la sociedad civil, las influencias externas operan sobre ellas configurándolas, transformándolas, generando nuevas dinámicas que las disponen como escenario y – al mismo tiempo - agentes de este devenir.

En este sentido, la gestión de muchas ciudades a finales del siglo XX ha estado signada por su reconversión de esferas productivas al ámbito de los servicios. Dentro de estos cambios se ha elegido reflexionar sobre aquellas transformaciones que se han venido desarrollando en el ámbito de las políticas culturales ligadas a la patrimonialización o “activación patrimonial” (Prats, 1997), vinculando este eje al desarrollo económico y posicionamiento de las ciudades como destinos de turismo cultural. Según Yúdice (2002), el papel de la cultura se ha expandido de una manera inusitada al ámbito político y económico al tiempo que las nociones convencionales de cultura han sido considerablemente vaciadas. El concepto de cultura como recurso anula las tradicionales distinciones entre la llamada alta cultura y la definición antropológica de cultura. Así, la alta cultura se vuelve recurso para el desarrollo urbano en los museos contemporáneos; mientras que los ritos, tradiciones y prácticas cotidianas son utilizados como recurso también por el turismo y las industrias que explotan el patrimonio cultural (González Bracco, 2007).

Este análisis se encuentra inmerso en un contexto de aceleración de las transformaciones vinculadas al período actual de la globalización, es decir, que consagran “el principio rector del mercado transnacional, caracterizado por una alta movilidad de recursos de toda índole: capital, productos, tecnologías, personas y conocimientos” (Aguilar Criado, 2005: 52). Son múltiples los estudios que sostienen que estos procesos proponen nuevas interacciones entre lo local y lo global, junto con la disolución y/o transformación de las identidades nacionales y la crisis de los referentes territoriales (Ortiz, 1997; García Canclini, 2001; Huyssen, 2001).

En esta reconversión, la mercantilización de la cultura como elemento diferenciador en el nuevo posicionamiento de las ciudades resulta central. A su vez, uno de sus ejes primordiales está dado por los procesos de patrimonialización a través de su inclusión en el repertorio pasible de ser incorporado al turismo global, a partir de su transformación en un “recurso estratégico para el posicionamiento de los lugares en el seno de la ‘guerra’ de territorios que a nivel local, nacional, regional y global compiten por mercados y consumidores”. En este marco, “la diversidad cultural se vuelve una cuestión crucial [...]. Las diferencias son visualizadas en parte como bienes y habilidades con un valor de cambio transable en el mercado, precisamente a partir de su color local” (Bayardo & Lacarrieu, 1999: 12). Esta presentación de “identidades de vitrina” (Arantes, 2002) promueve una mercantilización del patrimonio que proyecta una imagen distintiva en el mercado del turismo cultural, ligado al “marketing de la experiencia” (son múltiples los autores que hablan de este concepto, como un argumento de venta asociado no a un bien o producto, sino a una vivencia única; véase por ejemplo Schmitt, 1999).

Esto se encuentra ligado a lo que Britton (1991) señala como la creciente diferenciación y mercantilización de las actividades relacionadas con el ocio. En tanto tal, el turismo en general y el turismo cultural en particular contribuyen a la reestructuración económica de las ciudades posindustriales, constituyéndose en un sistema de producción específico cuya particularidad es la incorporación de lugares al proceso de acumulación capitalista bajo la categoría de “productos”.

Por otra parte, la valorización turístico-patrimonial añade a la revalorización económica un discurso sobre la identidad y la recuperación del pasado, lo cual se expresa en diversos registros discursivos tales como la prensa, legislación, programas y proyectos estatales y privados (Gómez Schettini & Zunino Singh, 2008). Tomando las palabras de Prats (1997: 7): “el pasado ha pasado a ser para nosotros una verdadera necesidad”, es posible analizar en la gestión de estos procesos - producción de lugares, estrategias de city-marketing, urbanismo escenográfico, entre otras- con miras a un crecimiento económico a partir de estos procesos de patrimonialización, la presentación de “identidades de vitrina”, es decir, la proyección de una identidad local atravesada por las necesidades del mercado, una (re)presentación de un nosotros para los otros (Prats, 1997).

BUENOS AIRES COMO DESTINO TURÍSTICO. LA CULTURA Y EL PATRIMONIO COMO RECURSO

Hacia mediados del siglo XX ya se consolidan las principales características de la “Argentina turística”, al tiempo que Buenos Aires va consolidando el papel de “puerta de entrada para el turismo internacional [...] y de referente para el turismo interno” (Bertoncello, 2005: 147). Durante la década de 1990, el gobierno local comienza en forma creciente a interesarse por el desarrollo del turismo acorde a la fórmula del “turismo como impulsor del desarrollo” (Almirón, Bertoncello, Kuper & Ramírez, 2008), en un marco nacional de política cambiaria del modelo de la convertibilidad que limitaba la llegada de turistas extranjeros y favorecía que el turismo emisor dominara la balanza turística de Argentina (Bertoncello, 2002). El interés local por el desarrollo del turismo toma mayor impulso a partir de la autonomización de la ciudad respecto de Nación en 1996 (Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires). En junio de 2001 la apuesta a la promoción y desarrollo de la actividad se ve ratificada con la sanción de la Ley 600 de “Organización turística de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”.

Será recién en el contexto macroeconómico de postdevaluación que Buenos Aires vive un “boom” turístico (Gorelik, 2006). Así, la coyuntura cambiaria post 2002 es primordial para comprender el crecimiento rápido que muestra la actividad turística. Sin embargo, este crecimiento no es exclusivamente atribuible al beneficio cambiario. El auge turístico no puede desvincularse de la pérdida de vitalidad de las funciones tradicionales que la ciudad ha experimentado en las últimas décadas. En efecto, el turismo se ha convertido en una de las estrategias utilizadas por el gobierno local para revitalizar la ciudad (Bertoncello, 2007). En este marco el turismo se ha transformado en un impulsor clave de los procesos de renovación urbana, especialmente en los barrios tradicionales de la zona centro - sur (como San Telmo o La Boca) otrora deteriorados o al margen del desarrollo urbano (Gómez Schettini & Zunino Singh, 2008).

De esta manera, Buenos Aires se convierte en un destino turístico en sí mismo para el turismo internacional, además de continuar su papel de punto de partida obligado hacia cualquiera de los destinos turísticos ubicados en diferentes lugares del país. Según un informe oficial de cada 10 turistas extranjeros 7 eligen la ciudad como destino único (Ente de Turismo, s/f.). De acuerdo con la información de la encuesta anual de preferencia realizada en el año 2008, la zona más visitada por los turistas, tanto nacionales como extranjeros, es el Centro; le siguen en importancia los barrios de Puerto Madero, Recoleta, Palermo, San Telmo y La Boca. En cuanto a la imagen con que identifican a la ciudad las respuestas varían, mientras que para los nacionales es el Obelisco, para los extranjeros la ciudad se identifica con Tango. Esta misma fuente indica que el 43% de los turistas nacionales y el 45% de los turistas extranjeros realizan alguna actividad vinculada al turismo cultural (como la visita a museos y muestras de arte, teatro y cine, espectáculos, tango, etc.) (Ente de Turismo, 2009).

Asimismo, la transformación de Buenos Aires en destino turístico debe ponerse en estrecha relación con la valoración de la cultura como un recurso para ser explotado económicamente. Esto no puede desvincularse del hecho que la ciudad busca diferenciarse apelando a la identidad, al origen, a su gente, al pasado o a su historia particular, etc. en el marco de la competencia global (o regional) entre ciudades. Así, las políticas culturales van tomando forma en la ciudad como estrategia de [re]posicionamiento a nivel regional o mundial ya sea como la París de América, como la capital cultural de América Latina o del Mercosur, así como la postulación de Buenos Aires como Paisaje Cultural de la Humanidad ante UNESCO en 2007 (Zunino Singh, 2007). En el Plan Estratégico de Cultura elaborado en 2001 por la Secretaría de Cultura de Buenos Aires, precisamente, se destaca “la tendencia mundial creciente a la conservación del patrimonio cultural tangible e intangible y la revalorización de las culturas locales” como una oportunidad a ser aprovechada por la ciudad (González Bracco, 2007).

En tanto “ciudad cultural”, Buenos Aires se promociona mediante su participación en la ruta de eventos culturales con presencia mundial (como la Cow Parade, la Creamfields o el paso de la Antorcha Olímpica), a la vez que propone sus propios eventos con convocatoria internacional (como la Feria Internacional del Libro, el Festival Internacional de Teatro, el Festival Internacional de Jazz, el Mundial de Baile de Tango, etc.) (González Bracco, 2009). También el gobierno porteño ha potenciado la instalación y difusión de los grandes eventos culturales de la ciudad en el exterior (como arteBA, la Semana del Arte, la Noche de los Museos, Buenos Aires Photo, entre otros) (Ente de Turismo, s/f.).

Queda claro que en las últimas gestiones del gobierno local, la alianza entre la cultura y el turismo representa uno de los ejes estratégicos en la promoción y posicionamiento de Buenos Aires en el escenario internacional. Una manifestación de esto es la creación de un Ente de Turismo -mediante la Ley Nº 2627 de diciembre de 2007- en el Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires, con la actual gestión gubernamental. En este marco se insertan las actuaciones llevadas adelante por el Ministerio de Cultura y Ente de Turismo de Buenos Aires en los últimos años, como la creación de un calendario de los eventos culturales de la ciudad y su instalación en las ferias tradicionales de turismo, la presencia de la oferta turística en las ferias específicamente culturales y la inclusión de la agenda de turismo cultural de la ciudad en las ofertas de operadores y agentes de viajes turísticos (Ente de Turismo, s/f.).

En este sentido, la transformación de Buenos Aires en destino turístico implica procesos de definición (o resignificación) de atractivos turísticos. Los “atractivos turísticos” son un elemento crítico en la construcción de un lugar como destino turístico. La definición de atractivos turísticos de un lugar se produce a través de la selección y puesta en valor de algunas de sus características, aquellas que permitan resaltar la singularidad o particularidad de ese lugar, en tanto la diferenciación de lugares es una dimensión clave de la práctica turística (Almirón, Bertoncetto & Troncoso, 2006). En estos procesos de definición de atraktividad turística se insertan las políticas de patrimonialización llevadas

a cabo por el gobierno de la ciudad de Buenos Aires. Aquí el patrimonio es valorado como un elemento de diferenciación y jerarquización de la ciudad y, por esto mismo, con potencialidad para construir y/o certificar la singularidad de sus atractivos, modalidades o productos turísticos ofrecidos en el mercado.

Las políticas patrimoniales articulan tres dimensiones principales. Primeramente, una dimensión de “activación patrimonial” que incluye las intervenciones urbanas destinadas al mejoramiento del espacio público (como las que apuntan a revitalizar los barrios de La Boca y San Telmo) y de constructos (por ejemplo, el mejoramiento de fachadas de casas históricas en el área del Casco Histórico), así como la revalorización de manifestaciones patrimoniales (por ejemplo, el programa de “Bares Notables”, los Sitios de Interés Cultural y las Áreas de Protección Histórica). Por otro lado, las políticas de concientización y sensibilización del patrimonio (por ejemplo, los programas “Los barrios porteños abren sus puertas”, “Mi Buenos Aires Querible” y “Pasión por Buenos Aires”). Y, a su vez, un fuerte marco normativo cada vez más específico que las ordena; dentro de las leyes más importantes, se destacan la Ley 1.227 de Patrimonio Cultural (2003), la Ley 1.535 de creación del Atlas de Patrimonio Inmaterial (2004), la Ley 2.548 de Promoción Especial de Protección Patrimonial (2007), luego ampliada por la Ley 3.056 (2009). Finalmente, dentro de estas políticas es posible encontrar algunas que se vinculan más estrechamente a estrategias de visualización internacional de la ciudad (como por ejemplo la candidatura de un área de la ciudad de Buenos Aires como Paisaje Cultural de la Humanidad y la postulación del tango como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad).

Si bien la política cultural ya buscaba antes del “boom” turístico fomentar la explotación del patrimonio como recurso económico, tal como puede verse en los procesos de renovación urbana llevados a cabo en el barrio de San Telmo en la década de 1990 (Zunino Singh, 2007), es a partir de comienzos del nuevo milenio que la relación entre lo patrimonial y lo turístico en la ciudad se profundiza: los atractivos turísticos se sustentan cada vez más en el valor patrimonial como garantía de singularidad y, viceversa, el patrimonio se pone en valor por ser un atractivo turístico.

Entre las políticas locales que conjugan patrimonio y turismo, el tango se presenta como una de las expresiones culturales que expresan esa relación.

LA CONSTRUCCIÓN DEL TANGO COMO REFERENTE PATRIMONIAL Y ATRACTIVO DE LA CIUDAD

El tango constituye una de las expresiones culturales que identifica de manera fuerte a Buenos Aires. Luego del “período de oro”, en la década de 1940, el tango sufre una gran retracción. Es recién desde fines de la década de 1990 que el tango porteño ha ido ganando nuevamente un creciente interés y experimenta un proceso de revitalización, en el que juegan un papel destacado tanto las actuaciones del poder público local como la de diversos agentes económicos (OIC, 2007).

En materia de las políticas públicas del Estado a nivel local, a partir de fines de la década de 1990 el gobierno de la ciudad viene llevando a cabo diversas actuaciones con el objetivo de desarrollar, promover e institucionalizar al tango como una manifestación cultural única y excepcional fuertemente asociada con la ciudad (Morel, 2009), como una identificación de “nuestra Buenos Aires” (OIC, 2007). A partir de entonces es que, como sostiene Morel (2009), el tango experimenta un “giro patrimonial”. Entre las principales actuaciones se destacan dos tipos de políticas. 1) Por un lado, las políticas vinculadas a su designación oficial como “patrimonio” con la sanción de la Ley Nº130 en 1998, en la que se establece, en su artículo 1º, que la:

Ciudad reconoce al tango como parte integrante del patrimonio cultural de la ciudad por lo tanto garantiza su preservación, recuperación y difusión; promueve, fomenta y facilita el desarrollo de toda actividad artística, cultural, académica, educativa, urbanística y de otra naturaleza relacionada con el tango (CEDOM, 2010).

Mientras que en su artículo 7º establece que el gobierno de la ciudad deberá promover:

“especialmente el valor turístico del Tango, diseñando actividades dirigidas a ese mercado en colaboración con la Secretaría de la Ciudad y el Gobierno de la Nación” (CEDOM, 2010).

2) Por otro lado, las políticas que apuestan a su promoción y difusión cultural. Entre ellas, cabe mencionar las siguientes: la Ley Nº 228/1999 crea una radio FM destinada a la emisión de música de tango; en el año 2000 se crea la Orquesta Escuela Tango Emilio Balcarce; la Ley Nº 848/2002 autoriza el funcionamiento del “Paseo del Tango” en la calle peatonal Carlos Gardel en el barrio del Abasto; la Ley Nº 1.024/2003 crea el “Paseo Turístico- Cultural Subterráneo del Tango” en la traza del recorrido de la Línea H de subterráneos; el Decreto Nº 705/2003 crea el museo Casa Carlos Gardel en el barrio del Abasto; la Ley Nº 1.399/2004 autoriza el emplazamiento de un monumento al bandoneón en el “Paseo del Tango”; la Ley Nº 2.218/2006 crea el Ballet de Tango de la ciudad; a fines de 2009 el gobierno de la ciudad designó al “Teatro de la Ribera”, en el barrio de La Boca, como sala oficial del tango. Como parte también de este tipo de políticas cabe mencionar la organización por el Ministerio de Cultura local de eventos públicos relacionados con el tango. Uno de ellos es el “Festival de Tango”, un evento que se realiza de manera consecutiva desde hace once años en el que se conjuga diversas actividades, como conciertos, milongas, conferencias, espectáculos, etc; su origen se encuentra en 1998, bajo la denominación de “Fiesta Popular del Tango”, en el marco de la citada Ley Nº 130. El otro evento es el “Campeonato de Baile de Tango” entre milongas de diferentes barrios de la ciudad, que en el 2010 cumplió su octava edición. Y finalmente el “Mundial de Tango” que se realiza desde hace siete años de manera consecutiva, en el que compiten bailarines de todo el mundo en las categorías “Tango Salón” y “Tango Escenario” (Morel, 2009; Tango Buenos Aires, 2010).

Este “giro patrimonial del tango” es acompañado por un gran impulso en la actividad económica vinculada al tango (el origen de esta actividad se encuentra en la primera década del siglo XX con las denominadas “casas de baile”, en estrecha vinculación con la fama que el tango gana por entonces en Europa) (OIC, 2007). De acuerdo con información oficial, las actividades vinculadas con el tango (como la producción de libros, discos, espectáculos, academias, ropa, calzado, regalos, clases de tango, conciertos, etc.) muestran una gran expansión en la última década, y los ingresos económicos totales del sector han crecido enormemente en pocos años (OIC, 2007). Se concuerda con Morel (2009) que la renovada vitalidad del tango está vinculada principalmente al auge del baile. Según la fuente oficial precitada, la oferta de los lugares de baile se decuplicó entre los años 2002 y 2007.

Tal como sucedió a principios del siglo XX, el reciente impulso al crecimiento económico del tango vino nuevamente del exterior. En efecto, el incremento de la llegada de turistas internacionales hacia Buenos Aires en el contexto post-devaluación es uno de los principales factores que ha impulsado la inversión y la producción de bienes y servicios vinculados con el tango (OIC, 2007). En este sentido, este crecimiento no puede desvincularse del hecho que, tal se ha mencionado, el tango constituye una de las imágenes principales con la que los turistas extranjeros asocian a Buenos Aires (Ente de Turismo, 2009). De acuerdo con información oficial de la encuesta de tango del año 2002, entre las actividades principales que realizan los visitantes extranjeros que llegan a Buenos Aires atraídos por el tango -en su mayoría europeos y norteamericanos- se encuentran la concurrencia a milongas, a clases de tango y a *shows* de tango; y entre los productos más comprados, se destacan los discos/libros y los zapatos (Secretaría de Desarrollo Económico, 2002).

Como puede verse, el proceso de auge del tango en Buenos Aires en la última década se sustentó en un vínculo estrecho entre los ámbitos de la cultura y la economía, entre el tango como referente identitario e imagen identificatoria (marca distintiva de la ciudad), entre el “valor patrimonial” del tango y el “valor turístico” (fundamentalmente para el turismo internacional).

EL TANGO COMO “PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD”. EL PROCESO DE PATRIMONIALIZACIÓN

UNESCO y la construcción del “Patrimonio Cultural Inmaterial”

UNESCO, a través de los años, ha ido incorporando diversos intereses a su radio de acción entre los cuales se destaca el patrimonio. Desde la visión del organismo, la intención de esta área es la catalogación, preservación y difusión de sitios de extraordinaria importancia cultural o natural en todo el mundo. Con este fin, en 1972 se firmó una Convención para la Protección del Patrimonio Mundial que abarca bienes materiales de gran relevancia natural y cultural. En 1982 aparece la noción de “patrimonio cultural inmaterial” como tema específico y se institucionaliza dentro de UNESCO como una sección diferenciada. En 1994 se crea el programa de Tesoros Humanos Vivos y en 1996 aparece el Informe “Nuestra diversidad creativa” de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, el

cual pide el establecimiento de nuevas modalidades de reconocimiento que se ajusten adecuadamente a la gran diversidad del patrimonio inmaterial. A raíz de este documento, UNESCO comienza con una catalogación de Obras Maestras del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad. El primer listado de este nuevo tipo de obras es proclamado formalmente en 2001, e incluye expresiones mayoritariamente en riesgo de extinción, de acuerdo con las ideas rectoras de ese momento, que buscaban fortalecer las expresiones locales amenazadas por “la homogenización impulsada por la globalización económica” (UNESCO, 1999). Este programa se concluyó en 2006 con la entrada en vigor de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, presentada en 2003. Aquí la concepción cambió en lo relativo a la inminencia de desaparición de la expresión cultural a “salvaguardar”, si bien es una pauta que se mantiene. Sin embargo, se incorpora como criterio la importancia que dicha expresión tenga para la comunidad a la cual representa y su respeto por el derecho en el ámbito internacional. Con esta Convención el “patrimonio cultural inmaterial” estará conformado por “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (UNESCO, 2003).

De esta manera se definieron dos listas de Patrimonio Cultural Inmaterial. La “Lista de Salvaguardia Urgente”, que sigue respondiendo al primer criterio de selección, es decir, preservar expresiones culturales amenazadas; y la “Lista Representativa”, que se corresponde con la nueva determinación de reconocer las expresiones culturales en tanto referentes identitarios de una comunidad. Es gracias a esta incorporación que el tango será pasible de ser nominado – y elegido – para integrar esta selección de patrimonio mundialmente relevante, según lo dispuesto por UNESCO.

La Nación y la primera postulación del tango como Patrimonio de la Humanidad: indefiniciones y desaciertos

La Argentina tiene en su haber varias presentaciones de patrimonio natural y cultural inscriptos en los listados de UNESCO. Para la nómina de “Patrimonio Natural”, abre esta lista en 1981 el Parque Nacional Los Glaciares, en 1984 el Parque Nacional Iguazú, en 1999 la Península Valdés y en 2000 los Parques Ischigualasto y Talampaya. En cuanto a la lista de “Patrimonio Cultural”, fueron seleccionados en 1983 las Reducciones Jesuíticas de San Ignacio Miní, Santa Ana, Nuestra Señora de Loreto y Santa María la Mayor (bien compartido con Brasil y Paraguay), en 1999 la Cueva de las Manos, en 2000 la Manzana y Estancias Jesuíticas de la ciudad y provincia de Córdoba respectivamente y, en 2003, la Quebrada de Humahuaca.

En este apartado se debe incluir la presentación del tango como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad en el año 2000. La idea surgió de la Academia Nacional del Tango, presidida entonces por Horacio Ferrer, y a nivel gubernamental fue gestionada por Liliana Barela (entonces Directora Nacional de Patrimonio) en un contexto en el cual comenzaron a prepararse una

serie de presentaciones a UNESCO, algunas de ellas con éxito (como las estancias jesuíticas de Córdoba, Talampaya, Ichigualasto, Quebrada de Humahuaca) y otras que no llegaron a buen término (como el universo cultural guaraní). En junio de 2001 la selección de UNESCO no incluyó la postulación argentina. En ese momento, consultados por el diario La Nación, diversos funcionarios destacaron la imprecisión de los criterios de UNESCO para la categorización de los bienes bajo la figura de Patrimonio Inmaterial. Entre ellos, Liliana Barela declaró:

Las reglas para la proclamación del patrimonio oral e intangible por parte de la UNESCO no son claras, por tratarse de una categoría nueva (La Nación, 2001, web).

Mientras que un miembro de la delegación argentina frente a UNESCO dijo que el organismo mundial se propone:

Proteger y valorizar aquellas manifestaciones intangibles de las distintas culturas en vías de extinción. La ausencia de un instrumento jurídico, como la Convención de Patrimonio Mundial, de 1972, que rige para las obras naturales y culturales, hace que las reglas aún no estén claras (La Nación, 2001, web).

Estas declaraciones fueron luego profundizadas en las entrevistas que se mantuvo con algunos de los protagonistas de dicha postulación:

Como en ese momento no había conservación de patrimonio inmaterial sino que había obras maestras, tenía que ser algo que no sólo fuera maestro, sino que se estuviera perdiendo. Y el tango gozaba de buena salud en ese momento; así que perdió estrepitosamente (Entrevista a funcionario A 26/11/09).

Yo les dije [...] Vamos a perder con algo indigenista. ¿Por qué? Esto es para protección y el tango está muy visualizado internacionalmente y ese era el criterio de ese momento de la UNESCO, y pasó. Dicho y hecho (Entrevista a funcionario B 10/11/09).

Por otra parte, se menciona el problema que significó haber incluido a Uruguay a último momento, por problemas y celos “jurisdiccionales”:

X va por otro tema a Paraguay y se encuentra con la gente de Montevideo, que dicen ‘si nosotros no participamos, nos oponemos, y la cosa no sale’. [...] Los uruguayos no estaban organizados. Ellos se pusieron a último momento y hay temas tabú con Uruguay. Por ejemplo el tema de Gardel, el tema de La cumparsita... [...] Todo había que poner Buenos Aires y Montevideo, y Buenos Aires y Montevideo, y no siempre era así, porque el desarrollo del tango, contrariamente a lo que pasa con el candombe [...] tuvo un desarrollo que allá no lo tuvo (Entrevista a funcionario B 10/11/09).

A todo esto se sumó el manto de sospecha de la “comunidad tanguera” sobre Darío Lopérfido, en aquel momento Secretario de Cultura de la Nación y, en como tal, cabeza política del proyecto:

Primero lo odiaban a Lopérfido porque para ellos era un tipo del rock [...] lo ubicaban como un tipo joven [...] el mundo tanguero se quedó en 1940 (Entrevista a funcionario B 10/11/09).

De acuerdo con lo mencionado en las entrevistas, fueron múltiples los motivos que coadyuvaron a que esta postulación no saliese airosa. Problemas políticos externos e internos se sumaron a lo que se interpretó como una indefinición de los parámetros para realizar la postulación. Todo esto, que atentó contra la viabilidad del proyecto, se vería modificado unos años después, lo cual permitiría que el tango fuese admitido como Patrimonio Mundial por UNESCO.

La Ciudad y la segunda postulación del tango como Patrimonio de la Humanidad: una fórmula exitosa

En el año 2008, y casi al mismo tiempo de que fracasara la nominación de Buenos Aires Paisaje Cultural de la Humanidad, el actual Ministro de Cultura y Presidente del Ente de Turismo, Hernán Lombardi retomó la idea de nominar al tango y relanza la candidatura – conjuntamente con Montevideo - ante UNESCO. Al año siguiente, durante la reunión del Comité Intergubernamental para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Intangible celebrada en Abu Dhabi (Emiratos Árabes) el tango fue declarado Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad.

Ahora bien, ¿cuáles fueron las condiciones de posibilidad para que esta postulación resultara exitosa? ¿Cuáles son las diferencias con la postulación anterior? ¿Cuáles son los problemas y contradicciones que surgieron en este caso?

Es posible analizar el éxito de esta presentación a partir del estudio de los criterios por los cuales la convención decide la incorporación del tango en la lista mundial del patrimonio cultural inmaterial y la adaptación de la nominación a dichos criterios (UNESCO, 2010a; 2010b):

CRITERIO 1) El elemento corresponde a la definición de Patrimonio Cultural Inmaterial realizada por la Convención de 2003: “el tango es un género musical que incluye danza, música, poesía y canto, y es considerado una de las mayores manifestaciones de identidad por los habitantes de la región del Río de la Plata”.

CRITERIO 2) La inscripción del elemento contribuye a asegurar la visibilidad y conciencia del significado del patrimonio cultural inmaterial para favorecer el dialogo, reflejando de esta manera la diversidad cultural mundial y atestiguando la creatividad humana: “La inscripción de este elemento en la lista contribuye a dar visibilidad al patrimonio cultural inmaterial y a una profundización de la comprensión del tango como una expresión regional resultante de la fusión de diversas culturas”.

CRITERIO 3) Medidas de salvaguarda son elaboradas a fin de proteger y promocionar el elemento: “Ambos Estados nominados presentaron varias medidas en conjunto e individuales de salvaguarda para el elemento, a través de las cuales las comunidades y autoridades se comprometen a la creación de entrenamiento especializado y centros de documentación, así como el establecimiento de una orquesta, museos y fondos de preservación”.

CRITERIO 4) El elemento ha sido nominado con la participación más amplia posible de las comunidades, grupos o individuos involucrados y con su consentimiento previo: “La nominación del elemento se beneficia de la continua participación de las comunidades argentina y uruguaya en encuentros, seminarios, entrevistas y talleres, y los representantes de dichas comunidades han firmado documentos que denotan su consentimiento previo, libre e informado”.

CRITERIO 5) El elemento es incluido en una lista de patrimonio cultural inmaterial presente en los territorios de los Estados parte que lo postulan: “El elemento está incluido en los registros de patrimonio cultural inmaterial que están siendo elaborados en Uruguay y Argentina”.

Comenzando el análisis con el Criterio 1, lo que primero hay que resaltar es el proceso mismo de normalización de los criterios de UNESCO, formalizados por la Convención de 2003 y documentos subsiguientes, a partir de los cuales comienza a existir una “presentación tipo”, con procedimientos a los cuales atenerse. Entonces aparece más notoriamente el papel jugado por los expertos:

Aquella [se refiere a la presentación de 2000] era como una descripción del objeto [...] En cambio ahora era como una justificación, ya había una planilla, vos tenías que explicar por qué; entonces fue todo mucho más acotado y mucho más discutido y mejor discutido. (Entrevista a funcionario A 26/11/09)

En un momento dado vino una persona, un mexicano que está en estos temas y que está en la UNESCO. Entonces, por ejemplo, había cosas que yo había puesto que me parecían muy claras [...] y nos decía ‘esto no lo van a entender, y va a ser difícil de traducir y van a preguntarse... (Entrevista a funcionario B 10/11/09).

A partir de esta definición más estricta de los criterios, ahora es posible especificar el rol del tango adecuándose a la definición de Patrimonio Cultural Inmaterial – que ya se ha citado - tal cual viene solicitado.

En lo relativo al Criterio 2, el texto de la resolución liga al tango a la identidad rioplatense, es decir, lo liga a un espacio concreto. Esta es, a nuestro entender, la intención principal de los actores que trabajaron en la presentación, lo cual se ve claramente al leer la definición de tango que se propuso en el texto de la nominación:

El tango es un género que originalmente involucra baile, música, poesía y canto. El tango expresa una manera de concebir el mundo y la vida, nutriendo el imaginario cultural de los habitantes de las capitales del Río de la Plata. Este género incluye también la milonga, la milonga candombeada y el denominado vals criollo. El tango nació de entre las clases bajas urbanas en ambas ciudades como una expresión originada en la fusión de elementos de la cultura africana, criolla y de los inmigrantes europeos en Argentina y Uruguay. Como resultado de procesos de hibridación artístico y cultural, el tango es considerado hoy en día uno de los signos fundamentales de la identidad del Río de la Plata (UNESCO, 2010c).

Aquí se observa un referenciamiento exclusivo a la identidad, resaltando la “particularidad territorial” de la expresión cultural. De hecho, se destaca que “la comunidad hoy incluye músicos, bailarines profesionales y amateurs, compositores, maestros y los tesoros vivientes nacionales que personifican la cultura del tango”, volviendo sobre el concepto de particularidad que enmarca la política de protección y difusión de la diversidad cultural encarnada activamente por UNESCO. Esto forma parte del cambio instituido por UNESCO y mencionado por los entrevistados, con respecto a los criterios de selección: si antes se buscaba proteger aquello que se interpretaba en peligro de extinción, ahora se busca la representación de una identidad particular; en este caso, la que liga al tango a los habitantes de las ciudades del Río de la Plata. Es decir, que si bien el sello de UNESCO lo define como patrimonio mundial y, en tanto tal, perteneciente a todos, por otra parte queda clara la intención de circunscribirlo a una localización particular, singular y auténtica frente a posibles amenazas:

Nosotros nos dábamos cuenta de que el tango tenía tanta difusión que ya era un mamarracho. Que ya ‘todo era tango y nada era tango’. Entonces nosotros dijimos ‘muy bien, un norteamericano puede aprender a bailar tango y ser maestro de tango en Moscú’, pero hay algo distinto en bailarlo en una milonga de Buenos Aires o Montevideo, ya está, es diferente (Entrevista a funcionario A 26/11/09).

Yo creo que el tango ya está incorporado en todos lados, incluso tenés gente que discute si es de aquí o es de allá. Los finlandeses dicen que ellos son los dueños del tango, los turcos tienen La cumparsita que la usan de marcha nupcial, te dicen que es de ellos (Entrevista a funcionario B 10/11/09).

Con respecto al Criterio 3, que impone como condición la gestión de medidas de salvaguarda, aparece claramente la intención de una labor conjunta con Montevideo. La presentación con Montevideo, que en este caso fue planteada desde el comienzo, permitió elaborar estrategias que “elevaran” lo rioplatense y así evitar rispideces:

Nosotros, esta vez, hicimos la presentación en forma conjunta; es decir, la hicimos con Montevideo. ¿Por qué? Porque Uruguay tiene una manera de aproximarse a las cosas parecida y

diferente a la nuestra. Nosotros empezamos con los cafés notables, ellos también, eran sus boliches notables. [...] Hicimos un ciclo que se llamó Café de las Dos Orillas, que era gente que concursó en Montevideo venía a cantar a cafés de Buenos Aires y al revés [...] Ese ida y vuelta fue maravilloso. [...] El Ministro de Cultura, mirá que lujo!, de allá, de Montevideo, escribió la letra del tango para el día de la proclamación, para la gran milonga que se hizo en San Juan y Boedo [...] Le puso música el director del Festival de Tango, Gustavo Mosi, y se estrenó en San Juan y Boedo. (Entrevista a funcionario A 26/11/09).

Con la gente de Montevideo trabajamos de manera muy diferente. Hay temas que decidimos se tocan por arriba y no se discuten, o se nombran y no se discuten. Una o dos cosas se retocaron, pero nada que ver con la vez anterior que hasta último momento casi nos peleamos. Entonces esto fue en todo sentido muy tranquilo (Entrevista a funcionario B 10/11/09).

Dejar de lado las disputas (como la composición de *La cumparsita*, o el lugar de nacimiento de Gardel) permitió pensar en una serie de estrategias conjuntas en torno a la preservación y difusión, que fueron presentadas en la nominación (tales como la creación de una Orquesta Típica del Río de la Plata, un centro de luthería para comenzar con la fabricación de bandoneones, un centro de información sobre tango, edición de publicaciones específicas y reforzamiento de la promoción de bares notables, entre otras acciones).

Otro elemento que aparece como fundamental en los relatos de los entrevistados y en la documentación analizada es lo que hace al Criterio 4, es decir, el aval de las comunidades. Tal como se ha mencionado, dicho aval resultaba de capital importancia para indicar el apoyo y la representatividad del tango en los círculos interesados (entre muchos otros, se contó con el aval de la Academia Nacional del Tango, la Asociación Argentina de Autores y Compositores (SADAIC), la Asociación Argentina de Intérpretes, la Academia Porteña del Lunfardo, Bailarines y Coreógrafos de Tango Argentino, el Foro Argentino de Cultura Urbana, la Fundación Astor Piazzolla y la Asociación de Milongas)

Este aval, sin embargo, no estuvo exento de polémicas ya que aquí aparecía sobre el tapete una cuestión fundamental: ¿Qué tango se selecciona? ¿A quién representa? Al respecto, los entrevistados comentaron:

Además, teníamos gente que se ponía en contra [...] porque eso iba a ‘vender’ al tango. [...] La directora de un colegio estaba repartiendo una cosa en contra [...] ‘porque está la pareja japonesa que ya tiene un montón de contratos y los argentinos no, y están vendiendo la cultura’. Tenés gente que todavía dice ese tipo de cosas (Entrevista a funcionario B 10/11/09).

El mundo de las milongas es muy particular, es gente que odia la música de tango, por ejemplo. Que se queda en la música del '38, '40, del Rey del Compás y todo eso, todavía no aceptaron ni a Piazzolla (Entrevista a funcionario C 26/10/09).

Aquí se perciben las contradicciones que presentan, por una parte, los sectores más conservadores, sobre las posibles consecuencias negativas de la patrimonialización ligadas a una mercantilización del tango. Por otra parte, el peligro de la caricatura, la sobrecaracterización del tango de cara al turismo:

Todo el tema de la incidencia del turismo en el tango, que lo ha cristalizado. En la danza y en las milongas. Completamente cristalizada, una cosa como arcaica, fuera de época. Porque además, donde más hay turismo, más cristalizado está, porque te ponen una cosa distinta y te empiezan a silbar. Aún en los sitios más vanguardistas como La Marshall, que es la milonga gay (Entrevista a funcionario C 26/10/09).

Por la idea que ellos [los turistas] tienen, que para mí tiene que ver más con el mito o con un momento determinado del tango, con una visión. Además, hasta que vienen acá – ahora un poco menos porque hay mucha gente afuera y además está internet que ayuda mucho – pero si no, lo que tenías era el revoleo de piernas y de cabezas, era lo más común, era lo que gustaba. [...] Nosotros decíamos: 'esto empezó en las clases bajas que estaban en los conventillos...' '¿Cómo en las clases bajas? Pero si estaban vestidos así...' Y estaban vestidos así, 50 o 60 años más tarde, vos ya las ves de cabaret de los años '20, es otra cosa (Entrevista a funcionario B 10/11/09).

Hay como una 'tanguedad', si podemos usar ese nombre, en donde casi todos los rockeros tienen que cantar un tango. Casi todo el mundo, en algún momento... hay un tango que evoca cualquier situación de tu vida. Así que creo yo que nos representa y que vale la pena que no sea un furor del turismo (Entrevista a funcionario A 26/11/09).

Por último, el Criterio 5 implicó que, además del registro como patrimonio inmaterial, se propusiera una lista de elementos relativos al patrimonio inmaterial en cada una de las ciudades, refrendada por las autoridades nacionales. Para el caso argentino, este punto resultó problemático, ya que el signo político del gobierno nacional era opositor al del gobierno de la ciudad. Esta oposición implicó que, si bien se consiguió el aval de la Dirección Nacional de Patrimonio y Museos, no se logró que remitiera el listado solicitado por UNESCO como parte de la información a consignar.

Realizado el desglose de los criterios especificados por UNESCO y su consecución por parte del gobierno local, es posible observar que el proceso de patrimonialización se vincula estrechamente con las dimensiones trabajadas en esta investigación. Las contradicciones que aparecen en los distintos ámbitos relevados (Buenos Aires vs. Montevideo, localización vs. deslocalización, identidad vs. turistificación, gobierno nacional vs. gobierno local) refuerzan la idea del patrimonio como un

campo de disputa (García Canclini, 1999; Graham, Ashworth & Tunbridge, 2000; Prats, 1997), en el cual los ejes de la sociedad cultura-como-identidad y cultura-como-recurso deben ser redefinidos permanentemente.

En suma, y a pesar de estas contradicciones, el éxito de la postulación se vincula estrechamente con la ampliación de los criterios de selección por parte de UNESCO, desde la mera defensa de las expresiones culturales amenazadas a la preservación y difusión de las mismas en tanto reflejo identitario de las comunidades locales. Las actuales autoridades de la ciudad de Buenos Aires supieron aprovechar este nuevo contexto favorable para profundizar la política que se venía llevando a cabo hacia el producto tango.

CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo se ha analizado el contexto de activación de las economías locales a través del turismo, focalizando en el proceso de patrimonialización del tango en Buenos Aires como ejemplo de la integración del patrimonio al mercado cultural; más específicamente como ejemplo de “activación patrimonial” en gran medida vinculada a sus potenciales usos turísticos (Almirón, Bertoncello & Troncoso, 2006). Esto permite entender las intervenciones públicas y privadas en torno al fomento de su visibilidad y construcción como referente patrimonial pasible de ser incorporado al repertorio de actividades turísticas.

Tal como se mencionó al comienzo, la transformación de las ciudades y el nuevo rol de la cultura como recurso proporciona múltiples ejes para pensar la relación entre lo local y lo global, dado que:

...la globalización incita a la recreación de las identidades locales, al tiempo que convierte en mercancías los hechos culturales y los mediatiza como ofertas para un consumo global que, paradójicamente, se asienta sobre la heterogeneidad cultural como valor añadido (Aguilar Criado, 2005: 63).

En este sentido, y de acuerdo a lo analizado, el proceso de revalorización del tango aparece como intersectado por su valor económico - ligado fundamentalmente a lo turístico – y su valor patrimonial, que lo vincula fuertemente a una resignificación de las identidades locales y al ya mencionado “giro patrimonial” (Morel, 2009).

Ahora bien, a modo de reflexión final, resulta interesante realizar esta lectura tomando la categoría de Prats (2005: 24) de “patrimonio localizado”, entendiendo como tal aquél “cuyo interés trasciende su ubicación y es capaz de provocar por sí mismo flujos de visitantes con relativa independencia de la misma”. Sin embargo, continúa Prats, esta capacidad no es absoluta (ni deseable, se podría agregar):

Existe un patrimonio localizado no deslocalizable [...] Sin embargo, esto no debe impedir observar su naturaleza, es decir, que si estas manifestaciones se hubieran producido en otra localidad, mantendrían su capacidad de atracción más allá del ámbito local (Prats, 2005: 24).

Por esto mismo, es necesario reforzar su atraktividad desde parámetros turísticos a través de la adecuación de la infraestructura, la creación de atracciones complementarias y su inclusión en circuitos más amplios.

Se considera que el tango puede ubicarse en esta categoría de patrimonio localizado ya que a partir de los datos consignados se puede ver que el tango y sus expresiones – sobre todo en lo que hace a la música y el baile – pueden y, de hecho, han sido construidas y desarrolladas en los más diversos ámbitos a nivel mundial. Es por ello que el proceso de patrimonialización mundial se torna necesario, a fin de ligarlo a un espacio concreto, que transforme a Buenos Aires en referente indisoluble del tango. La solicitud de consignar el tango como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad ante UNESCO significa, en estos términos, una necesidad de refrendar esa indisolubilidad con un sello de legitimidad indiscutida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Criado, E.** (2005) "Patrimonio y globalización: el recurso de la cultura en las políticas de desarrollo europeas". Cuadernos de Antropología Social N° 21. FFYL, UBA, Buenos Aires
- Almirón, A.; Bertoncello, R. & Troncoso, C.** (2006) "Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina". Estudios y Perspectivas en Turismo 15(2): 101- 124
- Almirón, A.; Bertoncello, R.; Kuper, D. & Ramírez, L.** (2008) "El 'turismo como impulsor del desarrollo' en Argentina. Una revisión de los estudios sobre la temática". Aportes y Transferencias 12(1): 57-86
- Arantes, A.** (2002) "Cultura, ciudadanía y patrimonio en América Latina". En: Lacarrieu, M. & Alvarez, M. (comps) La [indi]gestión cultural. Ciccus-La Crujía, Buenos Aires, pp. 79-94
- Bayardo, R. y Lacarrieu, M. (comps)** (1999) La dinámica global / local, cultura y comunicación: nuevos desafíos. Ciccus-La Crujía, Buenos Aires
- Bertoncello, R.** (2002) "Turismo, mercado de trabajo y territorio. Visión desde la experiencia argentina". Reflexiones Geográficas 10: 167-178
- Bertoncello, R.** (2005) "Documento de base y síntesis del panel del Sector Turismo". En: Argentina, Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva (SECyT) Bases para un plan estratégico de mediano plazo en ciencia, tecnología e innovación (Buenos Aires), SECyT. Anexo 4
- Bertoncello, R.** (2007) "Turismo y territorio. Aportes para una Geografía del turismo". [CD] Primer Congreso de Geografía de Universidades Nacionales, Río Cuarto
- Britton, S.** (1991) "Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism. Environment and Planning". D Society and Space 9: 451:478

- CEDOM** (2010) Ley 130/98 "Tango- patrimonio cultural de la Ciudad de Buenos Aires. Disponible en <http://www.cedom.gov.ar/es/legislacion/normas/leyes/ley130.html> [consultado el 18 de abril de 2010]
- Ente de Turismo** (2009) "Informe anual de preferencias 2008". Área de Estudios de Mercado y Estadísticas Turísticas. Ente de Turismo. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- Ente de Turismo** (s/f.) "Políticas turísticas de la Ciudad de Buenos Aires". Documento interno. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires
- García Canclini, N.** (1999) "Los usos sociales del patrimonio cultural". En: Aguilar Criado, E. Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio. Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, Granada, pp. 16-33
- García Canclini, N.** (2001) "Culturas híbridas". Paidós, Buenos Aires
- Gómez Schettini, M. & Zunino Singh, D.** (2008) "La [re]valorización de la zona sur y su patrimonio histórico-cultural como recurso turístico". En: Herzer, H. (coord.) Con el corazón mirando al sur. Transformaciones en el sur de la ciudad de Buenos Aires. Espacio Editorial, Buenos Aires, pp. 325-367
- González Bracco, M.** (2007) "Desarrollo de políticas culturales en la dinámica global-local: la construcción de identidades mediante la activación de patrimonio intangible en la Ciudad de Buenos Aires", [CD] 978-950-29-1006-2 IV Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Buenos Aires
- González Bracco, M.** (2009) "Patrimonio e identidad. Los 'vecinos' de la Ciudad de Buenos Aires al rescate de las identidades barriales". Tesina de Especialización en Gestión Cultural. IDAES- UNSAM
- Gorelik, A.** (2006) "Modelos para armar: Buenos Aires, de la crisis al boom". Punto de Vista Nº 84, Buenos Aires. Disponible en <http://www.bazaramericano.com> [consultado el 20 de marzo de 2010]
- Graham, B.; Ashworth, G. J. & Tunbridge, J. E.** (2000) "A geography of heritage". Power, Culture and Economy. Arnold Publishers, Londres.
- Huyssen, A.** (2001) "En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización". FCE, Buenos Aires.
- La Nación** (2001) Honran 19 obras del patrimonio inmaterial". Disponible en http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=310586 [consultado el 15 de marzo de 2010]
- Morel, H.** (2009) "El giro patrimonial del tango: políticas oficiales, turismo y campeonatos de baile en la ciudad de Buenos Aires". Cuadernos de Antropología Social Nº 30. FFYL, UBA
- OIC** (2007) "El tango en la economía de la ciudad de Buenos Aires". Subsecretaría de Industrias Culturales. Ministerio de Producción. Observatorio de Industrias Culturales- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Disponible en, <http://oic.mdebuenosaires.gov.ar/contenido/objetos/eltangoenlaeconomia.pdf> [consultado el 18 de marzo de 2010]
- Ortiz, R.** (1997) "Mundialización y cultura. Alianza, Buenos Aires
- Prats, LI.** (1997) "Antropología y patrimonio". Ariel, Barcelona.
- Prats, LI.** (2005) "Concepto y gestión del patrimonio local". Cuadernos de Antropología Social Nº21. FFYL, UBA
- Secretaría de Desarrollo Económico** (2002) "Encuesta de Tango- Marzo de 2002". Programa de Estadísticas e Impacto Económico del Turismo. CEDEM- Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Schmitt, B. (1999) "Experiential Marketing". The Free Press, Nueva York

Tango Buenos Aires (2010) "Acerca de Tango Buenos Aires, festival y mundial de baile. Disponible en <http://www.tangobuenosaires.gov.ar> [consultado el 20 de abril de 2010]

UNESCO (2003) "Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial". Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/Images/0013/001325/132540s.pdf> [consultado el 15 febrero de 2010]

UNESCO (2010a) "Criterios para la inscripción en la Lista Representativa". Disponible en http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00173#Criteria_for_inscription_on_the_Representative_List [consultado el 10 de abril de 2010]

UNESCO (2010b) "El Tango- Decisión 4.COM 13.01". Disponible en <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?RL=00258> [consultado el 10 de abril de 2010]

UNESCO (2010c) "El Tango- Expediente de la candidatura". Disponible en http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00258-Nomination_form.doc [consultado el 10 de abril de 2010]

Yudice, G. (2002) "El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global". Gedisa, Barcelona.

Zunino Singh, D. S. (2007) "Los usos económicos de la cultura en los procesos de renovación urbana. Las políticas de patrimonio y turismo en el caso del Barrio de San Telmo (Casco Histórico de la Ciudad de Buenos Aires)". Tesis de Maestría en Sociología de la Cultura y el Análisis Cultural. IDAES-UNSAM.

Recibido el 21 de enero de 2011

Correcciones recibidas el 31 de marzo de 2011

Aceptado el 06 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

SATISFACCIÓN LABORAL COMO FACTOR CRÍTICO PARA LA CALIDAD**El caso del sector hostelero de la provincia de Córdoba – España**

Francisco González Santa Cruz*

Sandra M^a Sánchez Cañizares**

Tomás López-Guzmán ***

Universidad de Córdoba - España

Resumen: Es indudable la fuerte relación que existe en el sector servicios entre la calidad percibida por los clientes y los niveles de satisfacción laboral y compromiso organizativo de los empleados que los prestan. Esta identificación es más intensa en el sector hotelero, donde la satisfacción del cliente está íntimamente ligada a la de los trabajadores. En este artículo se presentan los resultados de una investigación sobre el nivel de satisfacción existente en la hostelería de Córdoba (España) y su relación con determinados aspectos personales de los individuos y organizativos de las empresas donde trabajan. El objetivo perseguido es que los directivos del sector hotelero conozcan los diferentes condicionantes socio-laborales y organizativos que determinan el nivel de satisfacción laboral y, con este conocimiento, poner en marcha políticas que fomenten el desarrollo del capital humano que conforma, hoy en día, el activo más importante en dicho sector. Para conseguirlo, se ha realizado un amplio trabajo de campo consistente en la recopilación de encuestas específicas y el tratamiento estadístico de los datos dimanados. Como conclusión general podemos destacar que la mayoría de los empleados están satisfechos o muy satisfechos con su trabajo, destacando positivamente la relación con los compañeros y superiores, siendo mayor la probabilidad de satisfacción laboral en los empleados que trabajan en hoteles de menor categoría, turno de mañana y de género masculino.

PALABRAS CLAVE: satisfacción laboral, hoteles, capital humano, España.

Abstract: Job Satisfaction: A Critical Point for Quality. The Case of the Hotel Sector in Cordoba, Spain. There is no doubt the strong relationship that exists in the service sector between the quality perceived by customers, and levels of job satisfaction and organizational commitment for employees who provide them. This identification is more intense in the hotel sector, where customer satisfaction is closely linked to the workers. For these reasons, this research attempts to draw some conclusions on existing levels of satisfaction in the hotel business of Cordoba (Spain) and its relationship with certain personal aspects of individuals and organizations of the companies where they work. The aim is that the hotel industry managers get some knowledge about the different social and organizational conditions at work that determine the level of job satisfaction; with this knowledge they will be able to implement policies that encourage human capital growth since this is the most important asset in that

* Profesor Asociado del Área de Organización de Empresas de la Universidad de Córdoba (España). Licenciado en Ciencias del Trabajo por la Universitat Oberta de Catalunya y Diplomado en Relaciones Laborales por la Universidad de Córdoba (España). E-mail: francisco.gonzalez@uco.es.

** Profesora del Área de Organización de Empresas de la Universidad de Córdoba (España). Es Licenciada y Doctora en Ciencias Empresariales por la misma Universidad. E-mail: sandra.sanchez@uco.es.

*** Profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Córdoba (España). Es Licenciado en Derecho por la Universidad de Granada (España) y Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) (España). Es Doctor en Economía por la UNED. E-mail: tomas.lopez@uco.es

sector. To achieve this, a field work has been developed applying a specific questionnaire and statistical analysis of data. The main conclusion shows that most of employees are satisfied or very satisfied with their work, emphasizing positive relationships with colleagues and superiors. Higher job satisfaction is found in male employees who work in lower category hotels and in the morning schedule.

KEY WORDS: *job satisfaction, hotel, human capital, Spain.*

INTRODUCCIÓN

En cualquier tipo de organizaciones interactúan personas, no importa su número, donde cada una de ellas cumple un rol, desde “simples” empleados hasta jefes o directivos. Todas esas personas tienen unos determinados comportamientos según las circunstancias y sus roles. A la suma de todos estos comportamientos, sus causas y motivos, sus interrelaciones y su compromiso es a lo que se denomina comportamiento organizacional (Alles, 2007). Robbins (2004) define el comportamiento organizacional como un campo de estudio que analiza el impacto de los individuos, los grupos y las estructuras en las actitudes de los empleados dentro de las organizaciones con el propósito de aplicar los conocimientos adquiridos en la mejora de la eficacia de la organización.

Por lo tanto, los modelos de Orientación a la Calidad Total deben plantearse como una faceta fundamental para su avance y mejora, la consideración de los propios trabajadores como clientes internos (Spencer, 1994). Para ello, habrá que avanzar en conceptos como la satisfacción laboral, el compromiso organizacional, la motivación laboral, la identidad organizacional, la cultura organizacional, el clima organizativo, el trabajo en equipo, el liderazgo o la toma de decisiones. Los trabajadores más comprometidos están más dispuestos a desarrollar esfuerzos por la compañía, se identifican con sus valores y se mantienen vinculados a ella (Ward & Davis, 1995).

El nivel de satisfacción de los empleados es un determinante de su grado de compromiso con la organización en la que trabajan. Según el estudio de Hawkins & Lee (1990) sobre los factores que llevan a un empleado de la industria hotelera a presentar un cierto grado de compromiso con su organización, éste se basa en la satisfacción laboral y en el compromiso profesional. Este planteamiento lleva a tener distintas repercusiones en la gestión de las empresas turísticas y, sobre todo, en la gestión de su personal. En primer lugar hay que ser conscientes del papel protagonista del trabajador en la gestión de la calidad de servicio, el cual no es un mero cumplidor de normas y procedimientos impuestos por la dirección sino un interlocutor directo entre la empresa y el cliente, y el único capaz de captar tanto las necesidades de los clientes como de ofrecer un servicio de calidad excelente y adaptado a cada cliente.

Un trabajador satisfecho, comprometido, que siente que sus aportaciones son tenidas en cuenta y que trabaja en equipo, tenderá a manifestar una mayor diligencia en el desempeño de su trabajo. Es

por ello que los modelos de Calidad Total incluyen aspectos que inciden directamente en la gestión de los recursos humanos y, consecuentemente, en la satisfacción y el compromiso de los trabajadores (Mendoza *et al.*, 2010).

Partiendo de la base de que el trabajo es la parte más dilatada y central de la vida de una persona, un indicador que mida la satisfacción percibida de los individuos en su lugar de trabajo es muy necesario. Este indicador implica, desde lo cognitivo, un cálculo de las condiciones laborales en las que el individuo se encuentra, hasta lo emocional, la sensación de sentirse bien con esas condiciones. Asimismo, se trata de una medida subjetiva ya que no se puede conocer con independencia del sujeto que la expresa y es utilizada como indicador de calidad en la mayoría de estudios sobre satisfacción laboral.

La importancia de este tipo de análisis se resalta en un sector con un papel privilegiado dentro de la economía mundial. Así, en 2010, los ingresos por turismo internacional habrían alcanzado, según estimaciones, los 919.000 millones de dólares, partiendo de una cifra de 850.100 millones de dólares en 2009 (OMT, 2011). Por otra parte, según el citado organismo, se calcula que las llegadas de turistas internacionales crecerán en 2011 entre un 4% y un 5%, consolidándose el repunte del 7% registrado en 2010.

Por todo ello, el objetivo de este artículo es reflejar la influencia de determinadas variables socio-laborales (género, edad, estado civil, nivel educativo y afiliación sindical) y variables organizacionales y del puesto (el salario, la eventualidad del contrato, las horas de trabajo o la antigüedad, entre otras) y en la satisfacción laboral, concretamente en el sector hotelero de una provincia de España, Córdoba. Para ello se ha realizado un trabajo de campo consistente en la realización de encuestas al personal que trabaja en este ámbito geográfico y mediante aplicación de técnicas estadísticas descriptivas y de significación estadística se han extraído una serie de resultados que permiten sacar conclusiones determinantes.

El artículo consta, en primer lugar, de una revisión teórica sobre el tema para continuar con un tercer epígrafe sobre descripción del área geográfica. Posteriormente se analiza la metodología aplicada y se revisan los principales resultados del estudio. Se finaliza con las conclusiones más relevantes.

REVISIÓN TEÓRICA

No existe un consenso en cuanto a la definición de satisfacción laboral, pese a que ha sido una de las variables más estudiadas en el ámbito del comportamiento organizacional. Así, para Wright & Bonett (2007: 143) *"La satisfacción laboral es probablemente la más común y más antigua forma de operacionalización de la felicidad en el lugar de trabajo"*. En cualquier caso, entre las definiciones más recientes que se pueden encontrar se destacan las siguientes: Andresen *et al.* (2007: 719): *Un estado*

emocional placentero o positivo resultante de la experiencia misma del trabajo; dicho estado es alcanzado satisfaciendo ciertos requerimientos individuales a través de su trabajo; Lee & Chang (2008: 733) quiénes la conceptúan de manera muy breve pero clara: "Un actitud general que el individuo tiene hacia su trabajo"; o por Barraza & Ortega (2009: 1) que la definen como la actitud que muestra el trabajador frente a su trabajo, y que esa actitud se basa en creencias y valores que el trabajador desarrolla de su propio trabajo y que necesariamente influirán de manera significativa en sus comportamientos y en sus resultados.

En definitiva, y a pesar de las innumerables definiciones existentes de satisfacción laboral, Ivancevich & Donnelly (1968) argumentaban que cada investigador entiende la satisfacción laboral a su manera, pero esto lleva básicamente a un concepto muy similar que conduce a su categorización en dos perspectivas distintas: primera, como un estado emocional, un sentimiento, una actitud o una respuesta afectiva hacia el trabajo; segunda, como el resultado de una comparación o ajuste entre expectativas, necesidades o resultados actuales del puesto y las prestaciones que el trabajo ofrece realmente.

No obstante, sí existe consenso entre los autores respecto a la consideración de la satisfacción laboral como una variable multidimensional. En este sentido, Munchinsky (1983) sugiere que la satisfacción laboral se encuentra formada por dos tipos de factores: los extrínsecos del entorno de trabajo y los intrínsecos que reflejan las experiencias de los individuos con el mismo.

✓ *Satisfacción intrínseca:* La satisfacción laboral intrínseca aborda aspectos como el reconocimiento obtenido por el trabajo, responsabilidad, promoción y aspectos relativos al contenido de la tarea (Moreno Jiménez *et al.*, 2010). En definitiva deriva de las recompensas de índole interno al propio individuo ofrecidas por su trabajo.

✓ *Satisfacción extrínseca:* La satisfacción extrínseca proviene de factores tales como la satisfacción con el salario, las políticas de la compañía, los recursos, la supervisión, la relación con los compañeros, las oportunidades de promoción, la relación con los clientes o la seguridad en el trabajo.

La satisfacción laboral se ha intentado explicar desde diferentes teorías. Entre las teorías más relevantes sobre el concepto "satisfacción laboral" se pueden enumerar las teorías de contenido (entre otros, Herzberg, 1959; Maslow, 1973; Korman, 1978) y las teorías de proceso (entre otros, Adams, 1965; Vroom, 1964; Locke 1969).

Si se tiene claro que no existe unanimidad en la definición de la satisfacción laboral, más difícil aún es establecer un método de medición de la misma que permita su aplicación universal. Entre los diversos métodos que pretenden obtener una medición fiable de los niveles de satisfacción laboral de los individuos destacan los cuestionarios. Así, y en el sector hotelero, la satisfacción laboral tiene una

importancia capital dado el intenso contacto de los empleados con los clientes, donde la calidad del servicio recae en la impresión obtenida por parte de éstos respecto al personal que lo presta. Empleados satisfechos y comprometidos normalmente reafirmarán su deseo de ofrecer la mejor atención al cliente. Autores como Spinelli & Canavos (2000) sugieren que una de las fuentes para conseguir la fidelización del cliente es el mantenimiento de empleados satisfechos por parte de la empresa. Además, la satisfacción contribuye de manera significativa a la obtención de resultados o beneficios psicológicos en términos de eficiencia organizativa (Yang, 2010)

El análisis de las causas que originan la satisfacción o insatisfacción laboral, se ha convertido en un área de interés social entre los investigadores. Rahman & Zanzi (1995) descubrieron que la satisfacción laboral no está influida por las mismas variables en todas las industrias, de ahí la necesidad de centrarse en los trabajos que prestan especial atención al sector hotelero para alcanzar conclusiones relevantes. Los recursos humanos son los valores intangibles que mejor conforman la “experiencia turística” que demanda el cliente actual.

Siguiendo a Lee & Way (2010), los hosteleros necesitan evaluar y conocer aquellos factores que juegan un papel importante en el suministro de lo que los trabajadores esperan de su empleo. Con estas premisas, los investigadores y los profesionales de la industria hotelera tienen la necesidad de buscar medios eficaces para medir los factores que afectan la satisfacción laboral de los trabajadores. Los gerentes y directivos de los hoteles deben escuchar los pensamientos de sus empleados y sus preocupaciones (Chiang, 2010).

A este respecto numerosos estudios reflejan que en el sector hotelero son fundamentales las actuaciones en materia de gestión de la Calidad Total. Del mismo modo, Gómez-Bernabéu (2003) encontró una alta y significativa relación entre variables relacionadas con la adopción de un sistema de calidad (consideración, integración del grupo y utilidad) y la satisfacción laboral y el compromiso organizacional. Por su parte, Hikymura (2005) observó que la orientación a los clientes por parte de los empleados ejerce una influencia positiva sobre la satisfacción laboral y el compromiso con la organización de los mismos.

En cuanto a los efectos directos de la satisfacción laboral, es reiterada la consideración de ésta como predictor de la rotación del personal (Wright & Bonett, 2007) a la vez que repercute en el descenso en la calidad del servicio, produciéndose la disminución de la satisfacción y lealtad del cliente (Nadiri & Tanova, 2010). De esta suerte, Wright & Bonett (2007: 142) señalan que *la investigación meta analítica ha demostrado que la satisfacción laboral es un predictor significativo de la rotación de personal; además, la satisfacción laboral total explica mucho mejor la varianza que cada una de sus facetas consideradas de manera individual (satisfacción con el trabajo, satisfacción con los colegas o satisfacción con la supervisión)*. Añaden además que *cuando la satisfacción laboral es baja, los individuos son aptos para empezar a buscar otro trabajo, mientras que cuando la*

satisfacción laboral es alta, los individuos probablemente permanecerán en sus puestos actuales de trabajo.

DESCRIPCIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA

Córdoba es una provincia que se encuentra situada en el sur de España, exactamente en la parte norte-central de la Región de Andalucía. La capital de la provincia está situada en la ciudad de Córdoba. Cuenta con una superficie de 13.769 kilómetros cuadrados, lo que supone el 2,7% de la superficie española, y posee una población, según el censo demográfico a enero de 2010, de 805.108 habitantes de los cuales el 47% vive en la capital (Mapa 1).

Mapa 1: Ubicación de la provincia de Córdoba en Andalucía (España)



Fuente: Elaboración propia.

Andalucía, como área geográfica mayor donde se incardina Córdoba, presenta unas cifras turísticas en 2010 que determinan que se han recibido un total de 21,4 millones de turistas, con un gasto medio en el destino para el total de la estancia de 545,6 euros y una estancia media de nueve días. En dicho año, los establecimientos hoteleros registraron 14,4 millones de viajeros, de los que 5,3 fueron extranjeros, lo que supone un incremento de casi un 6% respecto al año. Con estos registros, Andalucía sería, tras Baleares, Canarias y Cataluña, la cuarta comunidad autónoma con más pernoctaciones totales, con lo que consolida su liderazgo en estancias nacionales, al situarse primera y sumar más del 20% del total de España (INE, 2010).

No obstante, la importancia relativa de este sector va cada día más en aumento ya que en un momento como el actual, con tasas de desempleo superiores al 20% de la población activa en España, los ocupados en la Industria Turística andaluza ascendieron en el año 2009 a 341,1 mil personas. Estos ocupados representan el 11,7% de los 2,92 millones de ocupados en la Comunidad,

y un 15,9% de los ocupados en el sector servicios de Andalucía. Pero resalta todavía más su importancia si se observa que, a pesar de la minoración en el volumen de ocupados registrada en 2009, ha sido en los últimos años uno de los sectores de la economía andaluza más dinámico a la hora de crear empleo. Para el periodo 2003-2009, el aumento de la población ocupada en esta industria ha sido, por término medio, del 4,7% anual, superando en crecimiento al resto del sector servicios, y situándose casi 3 puntos porcentuales por encima de la media de la Comunidad (INE, 2011).

Por su parte, el sector turístico en la provincia de Córdoba inmerso en dicho entorno de crisis generalizada donde, según la Encuesta de Población Activa de 2010 (INE, 2011), el desempleo de la provincia alcanza tasas del 29,83% en el cuarto trimestre de 2010 (población de 16 y más años), está prácticamente manteniendo sus niveles de empleo, como se ve reflejado en el Cuadro 1.

Cuadro 1: Personal ocupado en la provincia de Córdoba. Periodo 2008-2009

	Total								MEDIA
	2009TIV	2009TIII	2009TII	2009TI	2008TIV	2008TIII	2008TII	2008TI	
Ocupados totales	278.000	268.100	271.400	285.600	291.700	299.700	306.600	318.500	289.950
Variaciones absolutas	9.900	-3.300	-14.200	-6.100	-8.000	-6.900	-11.900		-5.786
Tasa de variación	3,69%	-1,22%	-4,97%	-2,09%	-2,67%	-2,25%	-3,74%		-2,00%
Ocupados hostelería	1.177	1.199	1.218	1.142	1.242	1.272	1.267	1.223	1.218
Variaciones absolutas	-22	-19	76	-100	-30	5	44		-7
Tasa de variación	-1,83%	-1,56%	6,65%	-8,05%	-2,36%	0,39%	3,60%		-0,54%
Importancia relativa hostelería	0,42%	0,45%	0,45%	0,40%	0,43%	0,42%	0,41%	0,38%	0,42%

Fuente: Elaboración propia en base a INE (2010)

Como se observa, mientras que el número de ocupados en Córdoba en todos los sectores ha caído en 5.786 personas entre los años 2008 y 2009, lo que representa un descenso del 2% sobre el número total de ocupados, el sector turístico casi logra mantener en los citados años, su nivel de empleo con una bajada absoluta media de 7 personas, lo cual supone un -0,54% de los ocupados en este sector, manteniendo al final del periodo referenciado, además, su importancia relativa del 0,42% del número total de ocupados.

Hay que concluir que se trata de un sector por el cual “apostar” firmemente, ya que demuestra tener un nivel adecuado de crecimiento de la ocupación en los momentos de crecientes del ciclo

económico y, a la vez, una resistencia importante en etapas de recesión económica, manteniendo el empleo.

METODOLOGÍA

La investigación objeto de este trabajo se llevó a cabo mediante un estudio empírico centrado en el sector objetivo dentro de la provincia de Córdoba y su capital, que incluía a todos los establecimientos hoteleros (independientemente de su categoría) y, dentro de éstos, la población universo se refería a todos los trabajadores empleados. Los datos se recogen en el Cuadro 2.

Cuadro 2: Distribución de las plazas hoteleras y del personal. Número de hoteles y empleados encuestados 2009

Número de estrellas	Nº de hoteles	Plazas hoteleras	Personal empleado	Nº de hoteles encuestados	Personal encuestado
Cinco estrellas	3	284	65	1	8
Cuatro estrellas	18	2271	409	17	211
Tres estrellas	21	1818	275	20	167
Dos estrellas	26	1365	136	23	88
Una estrella	17	877	99	12	51
TOTAL	85	6615	984	73	525

Fuente: Elaboración propia en base a INE (2010)

El trabajo de campo se realizó entre los meses de abril y octubre de 2010. Inicialmente se geolocalizaron los hoteles y se comenzó con la primera llamada telefónica personal a los/las directores/as, presentándoles el proyecto, solicitándoles su colaboración y concertando una cita para la explicación directa y la entrega de las correspondientes encuestas y sobres. Los trabajadores recibían la encuesta y un sobre en blanco para que, una vez rellenada la encuesta, introdujesen la misma en el sobre y, de esta manera, se garantizase el total anonimato. Aproximadamente dos semanas después de esta primera toma de contacto se visitaba nuevamente a cada uno de los hoteles para recoger los correspondientes sobres cerrados con las encuestas cumplimentadas en su interior. En el Cuadro 3 se presenta la ficha técnica de la investigación.

Cuadro 3: Ficha técnica de la investigación

Ámbito geográfico: Provincial (Córdoba)

Universo: Personal de los establecimientos hoteleros

Tamaño del universo: 984 empleados en 85 hoteles.

Modo de aplicación: Presentación personal y cuestionario estructurado y cerrado.

Tamaño de la muestra: 525

Tasa de respuesta: 53,35 %

Error: 2,92 %

Período de recogida de información: abril-octubre 2010

Fuente: Elaboración propia

Como se señaló anteriormente, el instrumento para la recogida de la información consistió en un cuestionario estructurado y cerrado, constituido por tres bloques (Sánchez Cañizares *et al.*, 2007):

- *Bloque A.* Datos del puesto de trabajo: tipo de contrato, funciones, antigüedad, departamento, horas de trabajo semanal, turno, supervisores y salario.
- *Bloque B.* Grado de satisfacción con 14 facetas del empleo y la organización, (medido en una escala de Likert de 5 puntos, siendo 1 “muy insatisfecho” y 5 “muy satisfecho”) y satisfacción con el trabajo de forma global. Las facetas seleccionadas se basaron en el cuestionario específico para hoteles de Shinnar (1998).
- *Bloque C.* Datos sociológicos: sexo, estado civil, edad, número de hijos, nacionalidad, nivel de formación, dependencia familiar de los ingresos obtenidos, pertenencia sindical, absentismo laboral, futuro en el establecimiento e histórico en hostelería.

Para el tratamiento de los datos se empleó el programa SPSS y una serie de técnicas estadísticas. En primer lugar, un análisis estadístico descriptivo, que permite obtener los datos básicos del estudio; seguidamente, la aplicación de un análisis de la varianza (Anova) para contrastar la igualdad de medias con relación a ocho aspectos de la satisfacción (sexo, edad, estado civil, nivel académico, tipo de contrato, turno de trabajo, salario y departamento donde se trabaja), determinando así las diferencias provocadas por dichas variables en la satisfacción de los trabajadores. El análisis de varianza (ANOVA, según terminología inglesa) sirve para comparar si los valores de un conjunto de datos numéricos son significativamente distintos a los valores de otro o más conjunto de datos. El procedimiento para comparar estos valores está basado en la varianza global observada en los grupos de datos numéricos a comparar. Típicamente, el análisis de varianza se utiliza para asociar una probabilidad a la conclusión de que la media de un grupo de puntuaciones es distinta de la media de otro grupo de puntuaciones. En resumen, este estadístico lleva a la realización de pruebas de significación estadística, usando la denominada distribución F de Snedecor.

Asimismo, se aplica un análisis de correlaciones de Spearman entre la satisfacción con diferentes facetas del trabajo y la satisfacción global con éste. Finalmente, se aplica un modelo de regresión logística binaria.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y DISCUSIÓN

En relación con la situación general de los empleados en establecimientos hoteleros cordobeses, se destacan los resultados de las variables sociológicas referentes al sexo, la edad, la nacionalidad y el nivel académico. Asimismo, y entre las variables asociadas al puesto de trabajo, se indican el tipo

de contrato, la dedicación, el salario, el turno, el departamento, la antigüedad en el hotel actual, en el sector y las horas de trabajo.

En el Cuadro 4 se exponen los resultados del análisis descriptivo de las variables de la muestra del personal hotelero de la zona geográfica objeto de estudio.

Cuadro 4: Variables socio laborales

Variables	Nº Individuos	Porcentaje	Variables	Nº Individuos	Porcentaje
Sexo			Tipo de contrato		
Hombre	249	51,8%	Fijo	327	64,4%
Mujer	268	48,2%	Temporal	181	35,6%
Edad (años)			Salario (€/mes)		
16 - 29	123	24,0 %	< 500	17	3,3%
30 - 39	163	31,8 %	500 – 750	47	9,0%
40 – 49	156	30,4 %	750 – 1.000	205	39,3%
50 – 59	62	12,1 %	1.000 – 1.500	222	42,6%
> = 60	9	1,7%	1.500 – 2.500	24	4,6%
			> 2,500	6	1,2%
Nacionalidad			Departamento		
Española	493	96,9%	Recepción	149	28,7%
Rumana	5	1,0%	Restaurante	117	22,5%
Colombiana	3	0,6%	Limpieza	85	16,3%
Francesa	2	0,4%	Cocina	72	13,8%
Lituana	1	0,2%	Directivo	26	5,2%
Portuguesa	1	0,2%	Otros	24	4,6%
Italiana	1	0,2%	Administración	15	4,2%
Marroquí	1	0,2%	Mantenimiento	9	2,9%
Búlgara	2	0,4%	Contabilidad	1	1,7%
Nivel académico			Turno de trabajo		
FP/Secretariado	277	55,8%	Mañana	124	23,7%
Bachillerato	75	15,1%	Tarde	34	6,5%
Diplomado U.	113	22,8%	Noche	19	3,6%
Licenciado U.	29	6,1%	Rotativo	167	31,9%
Máster o doct.	1	0,2%	Mañana y tarde	179	34,2%
Dedicación			Antigüedad		
Tiempo completo	385	79,2%	media en el hotel		6,7
Tiempo parcial	101	20,8%	(años)		
Horas medias de trabajo a la semana		41,6	Antigüedad		
			media en el sector (años)		10,8

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos señalados en el Cuadro 4 se pueden obtener algunas conclusiones parciales relativas a la composición de la muestra, que son bastante destacables:

- Existe prácticamente paridad entre el empleo masculino y femenino (51,8% y 48,2% respectivamente). Esto permite afirmar que se trata de un sector que rompe con la desigualdad por razón de género en materia de ocupación.
- Más de la mitad de las personas encuestadas (55,8%) tienen menos de 39 años. En este sentido, existe un buen potencial de desarrollo dentro del propio sector asociado, además un conocimiento amplio del mismo dada la antigüedad media que alcanzan las personas encuestadas, 10,8 años. También, los datos parecen mostrar un destacable compromiso organizativo, ya que la antigüedad media de cada una de las personas encuestadas en los diferentes hoteles es de 6,7 años.
- La gran mayoría (96,9%) son de nacionalidad española. Por lo que en este caso se rompe el tópico por el cual se ha identificado empleo hostelero con inmigración (sobre todo en categorías laborales inferiores).
- Destaca ampliamente el contrato indefinido (64,4%) y la jornada completa (79,2%), por lo que se puede considerar que se está ante trabajos de carácter principal y estable que generan un apego emocional a la organización (Buonocure, 2010). No obstante, la distribución de la jornada es marcadamente flexible (el 31,9% tiene turno rotatorio), amplia (el 34,2% tiene turno de mañana y tarde) y, en cierto modo, extraña, ya que si bien el 20,8% tiene contrato a tiempo parcial, el número de horas medias de trabajo a la semana se sitúa en 41,6. Este resultado podría tener dos explicaciones: se trabaja más de las 40 horas/semana en aquellos casos que se tiene contrato a jornada completa y/o los que tienen jornada parcial superan las horas fijadas en sus respectivos contratos de trabajo.
- Existe una marcada bipolaridad retributiva, siendo la línea divisoria los 1.000 euros mensuales. Así, el 48,4% de los trabajadores los supera y el 51,6% están por debajo. Este importante volumen de empleados que cobran 1.000 € ó menos, viene marcado por la gran representación femenina en el sector ya que como lo señala la literatura, en el contexto de la mayoría de los mercados turísticos las mujeres tienen salarios más bajos que los hombres (Campos Soria *et al.*, 2009). Esta cuestión queda patente también en la muestra objeto del presente estudio, ya que como se puede comprobar en el Cuadro 5, casi el 64 % de las mujeres perciben menos de mil euros y, en cambio, en los hombres este porcentaje se reduce hasta el 39 % aproximadamente. Por último, como podíamos esperar el contraste chi-cuadrado determina que existe asociación entre sexo y salario ($p < 0,01$).

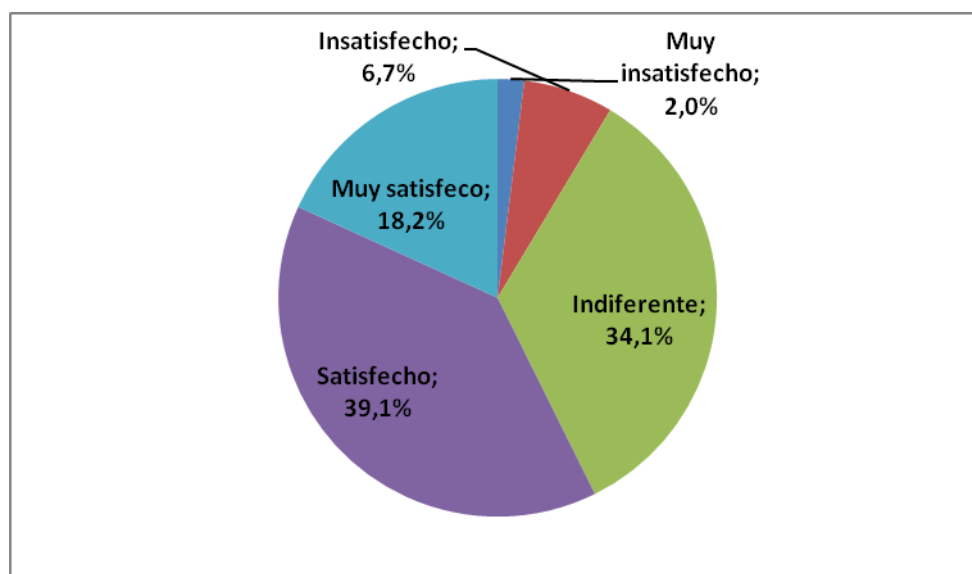
Cuadro 5: Tabla de contingencia Sexo / Salario

Salario/mes	< 500 €	500 - 750 €	750 - 1000 €	Subtotal (-1000 €)	1000 - 1500 €	1500 - 2500 €	> 2500€	Subtotal (+1000 €)
Hombre	2,64%	3,77%	32,45%	38,87%	52,08%	7,17%	1,89%	61,13%
Mujer	2,62%	13,44%	47,87%	63,93%	33,77%	1,97%	0,33%	36,07%

Fuente: Elaboración propia

Si se estudian los niveles de satisfacción laboral, tal y como se expone en el Gráfico 1, se puede comprobar cómo más del 50% de los encuestados se encuentra satisfecho o muy satisfecho de manera general con su trabajo (concretamente el 57,30%). Por el contrario, sólo el 8,7% de los encuestados se declaran insatisfechos o muy insatisfechos. De acuerdo con estos datos, y siguiendo las aportaciones de autores como Spinelli & Canavos (2000), la satisfacción de los empleados del sector hotelero en la provincia de Córdoba se convierte en una fuente que permite fidelizar a los clientes de dichos establecimientos.

Gráfico 1: Nivel General de satisfacción



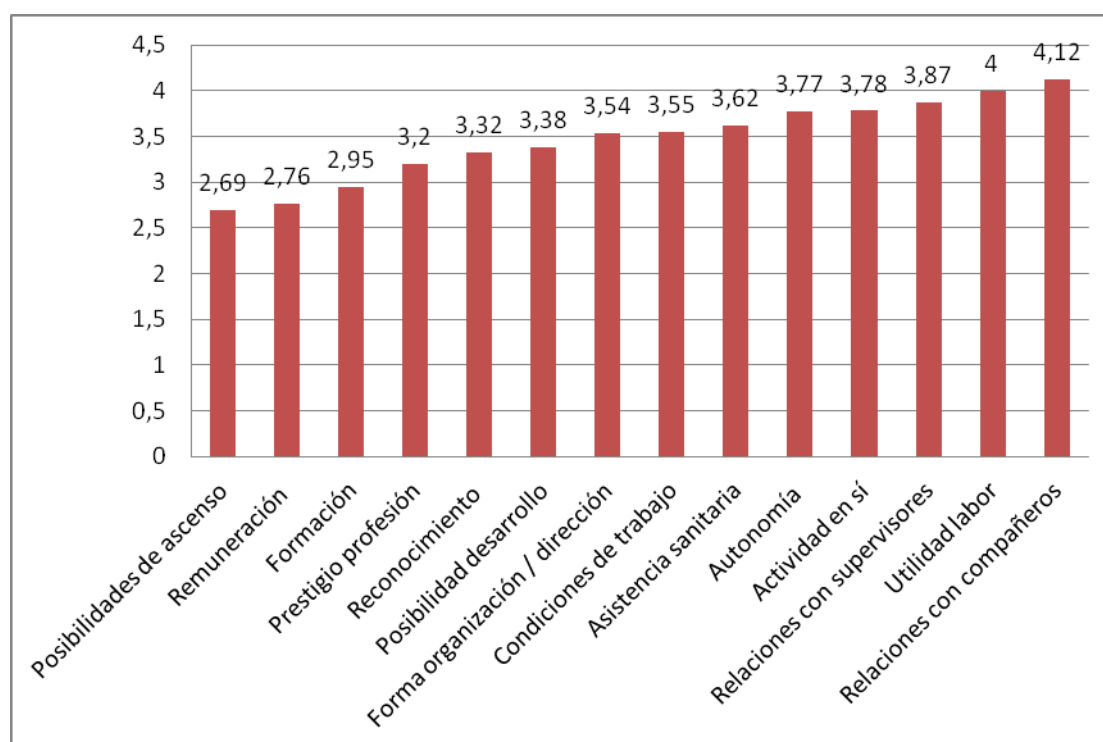
Fuente: Elaboración propia

Respecto al desglose de la satisfacción con los distintos aspectos vinculados a la actividad laboral (Gráfico 2), estimada en una escala de Likert de 5 puntos (1-muy insatisfecho, 5-muy satisfecho), destacan con una valoración media de 4 puntos, las relaciones con compañeros y la utilidad de la labor. Respecto a la primera y, junto con la buena valoración que tiene la relación con el superior (cercana también a los 4 puntos), se intuye que existe un buen ambiente de trabajo, no sólo desde la esfera horizontal sino también vertical, por lo que se da una vertiente más para el compromiso laboral. En cuanto al segundo aspecto, la utilidad de la labor, se entiende que los propios empleados

de la hostelería en la provincia de Córdoba son conscientes de la importancia que tiene el sector y su trabajo dentro de la sociedad y de la economía de la provincia.

Entre los aspectos menos valorados se encuentran las posibilidades de ascenso (2,69), que muchos encuestados consideran casi inexistentes, y la baja remuneración (2,76) que es un resultado acorde con lo señalado, ya que algo más de la mitad de la población encuestada tiene ingresos por debajo de los 1.000 euros mensuales.

Gráfico 2: Satisfacción con distintos aspectos de la actividad laboral



Fuente: Elaboración propia

El segundo análisis realizado ha consistido en comparar la satisfacción media de los trabajadores en la actividad hotelera, agrupada por diferentes variables sociolaborales. Los principales resultados obtenidos se presentan en el Cuadro 6, que además expone el análisis de la varianza Anova. A efectos de análisis se ha tomado un nivel de confianza del 95%.

Cuadro 6: Análisis de varianza (ANOVA)

VARIABLE	CATEGORIA	Satisf. media	F (p-valor)
Sexo	Hombre	3,69	0,817 (0,367)
	Mujer	3,61	
Edad (años)	16-29	3,41	3,262 (0.012)*
	30-39	3,79	
	40-49	3,66	
	50-59	3,77	
	> 60	3,44	
Estado civil	Soltero/a	3,45	4,481 (0.004)*
	Casado/a	3,77	
	Divorciado/a	3,66	
	Viudo/a	3,86	
Nivel académico	FP/Secretariado	3,64	1,861 (0.100)**
	Bachillerato	3,72	
	Diplomado universitario	3,42	
	Licenciado universitario	3,69	
	Máster o doctorado	4,00	
Tipo de contrato	Fijo	3,66	0,024 (0.877)
	Temporal	3,65	
Turno de trabajo	Mañana	3,84	2,008 (0.092)**
	Tarde	3,68	
	Noche	3,61	
	Rotativo	3,62	
	Mañana y tarde	3,54	
Salario (€/mes)	< 500	4,12	2,431 (0.034)*
	500 – 750	3,64	
	750 – 1.000	3,62	
	1.000 – 1.500	3,60	
	1.500 – 2.500	4,13	
	> 2,500	3,83	
Departamento	Administración	3,65	1,561 (0.124)
	Contabilidad	3,88	
	Restaurante	3,69	
	Recepción	3,47	
	Mantenimiento	4,00	
	Limpieza	3,85	
	Cocina	3,58	
	Directivo	3,84	
	Otros	3,65	

* Significativo al 5%

** Significativo al 10%

Fuente: Elaboración propia

De los datos dimanados del Cuadro 6, se pueden extraer los siguientes resultados:

A. No tiene significación estadística el sexo, el departamento y el tipo de contrato. En cuanto al primero, la ausencia de significación se ve claramente al tener una diferencia en las medias de sólo 0.08 puntos de satisfacción mayor el hombre que la mujer. La inexistencia de significación estadística se verifica con la prueba de análisis de varianza (Anova). Este resultado coincide con los obtenidos por otros autores (Frye, 2001; y Jabulani, 2001) que consideran que no existe relación entre género y

satisfacción. Las medias de satisfacción en la variable del departamento donde se trabaja tampoco tienen una diferencia importante, con un 3,47 de mínimo en recepción y una 4,00 en mantenimiento y mucha variabilidad en el resto de áreas. La tercera de las características definidas en este punto, el tipo de contrato, presenta una igualdad de medias (sólo hay una diferencia de 0,01 a favor del contrato fijo), que se confirma con la no significación estadística del análisis de varianza ($p > 0,05$). Para poder explicar este resultado se debería considerar la voluntariedad o no de la situación, la posibilidad de que se trate de empleados que acaban de comenzar su relación contractual con el hotel y se encuentran ilusionados ante el inicio de su etapa laboral o, muy posiblemente, el hecho de que estos contratos eventuales pertenezcan a empleados que desarrollan algún tipo de sustitución y desean causar una impresión positiva para mantener la relación laboral en el futuro.

B. Las diferencias de medias en las variables de turno de trabajo y nivel académico son significativas al 10%, teniendo el primero el dato más elevado de satisfacción en aquéllos que sólo trabajan por las mañanas (permitiéndoles más dedicación a ocio y familia) y, el dato más bajo en aquéllos que trabajan por la mañana y tarde, dada la extensión de su jornada laboral. En cuanto al nivel académico no presenta un patrón lógico en las medias con niveles oscilantes y, por tanto, no permite aportar conclusiones suficientemente interesantes.

C. La diferencia de satisfacción media es significativa al 5% en relación con la edad, el estado civil y el salario. En el caso de la edad, la media de satisfacción tiene forma gráfica de “W” invertida, comenzando la edad laboral con el nivel mínimo para esta variable (3,41), que asciende al nivel máximo entre los 30-39 años (3,79) para caer levemente de 40 a 49 años (3,66), volviendo a subir entre los 50-59 años (3,77) y, por último, a partir de los 60 años de nuevo se pierde satisfacción con un nivel cercano al que se tiene cuando se comienza ésta. En relación con el estado civil, se puede suponer una relación (más bien teórica) con la edad, ya que los solteros (clásicamente los de edad más temprana en el mundo laboral) son los que tienen un nivel de satisfacción laboral más baja (3,45), quizá también influenciado por la extensión de la jornada laboral en el sector. Y, en cambio, cuando se cambia de estado civil (casado, divorciado o viudo) la satisfacción laboral aumenta llegando en el último caso citado a su nivel más alto en la variable analizada (3,86). Por último, y dentro de este apartado, el salario tiene sus niveles más altos de satisfacción en los extremos, es decir, en menos de 500 euros y en más de 1.500 euros. El primero de los casos sucede por tratarse, posiblemente, de contratos a tiempo parcial elegidos voluntariamente y que permiten compatibilizar el trabajo hostelero con otros tipos de actividades laborales, académicas y/o familiares. Del mismo modo, cuando el nivel salarial se considera importante (segundo de los casos), el empleado puede conseguir con ello un estatus que le hace estar más satisfecho con su trabajo además de tener, posiblemente, un puesto con mayor responsabilidad, autonomía y reconocimiento.

En el Cuadro 7 siguiente se reflejan los resultados que dimanarían del análisis de correlaciones de Spearman, el cual se rige por las reglas de la correlación simple de Pearson; las mediciones de este índice varían entre + 1 y - 1, pasando por el cero, este último valor significa no correlación entre las

variables estudiadas, mientras que los dos primeros denotan la correlación máxima, ya sea directa o inversa, según el signo:

Como se puede observar en el cuadro anterior, las variables organización del hotel (0,6353), desarrollo profesional (0,5769) y reconocimiento de la labor (0,5655), son las que mayor relación guardan con la satisfacción global. En cambio, la remuneración (0,3868), la utilidad de la labor (0,3623) y la relación con los compañeros (0,2729), ocupan las últimas plazas de dicha correlación.

Cuadro 7: Análisis de correlación de Spearman

Variables	Satisfacción global
Organización del hotel	0,6353*
Desarrollo profesional	0,5769*
Reconoc. Labor	0,5655*
Actividad en sí	0,5180*
Autonomía	0,5137*
Condiciones materiales	0,4817*
Relación superiores	0,4790*
Asistencia sanitaria	0,4737*
Prestigio profesión	0,4648*
Posibilidad ascensos	0,4467*
Formación recibida	0,3973*
Remuneración	0,3868*
Utilidad de la labor	0,3623*
Relación compañeros	0,2729*

*Significativo al 1%

Fuente: Elaboración propia

En cualquier caso, resalta que esta última variable, la relación con los compañeros, tenga un resultado tan bajo en referencia a la satisfacción laboral, resultado poco habitual e incluso contrario a lo determinado por otros estudios (entre otros Sánchez *et al.*, 2010, referenciado al personal docente, donde la relación con los compañeros de trabajo presenta una de las correlaciones más fuertes con la satisfacción global entre las facetas estudiadas). Una explicación puede deberse a la fuerte departamentalización que existe en el sector hotelero, que marca que se produzca un mayor individualismo entre los empleados.

Por último, la aplicación del modelo de regresión logística binaria muestra en el Cuadro 8 los resultados en relación a las variables tipo de contrato, antigüedad, departamento, turno de trabajo, salario, sexo, edad y nivel académico. A efectos de análisis se ha tomado un nivel de confianza del 95%. Aunque esta última técnica se emplea cuando la variable dependiente es dicotómica y, en este caso, el ítem sobre la satisfacción global se ha medido en una escala de Likert de cinco puntos, se ha realizado una reclasificación de las respuestas de forma que las categorías se reducen a dos: 0- nivel escaso de satisfacción (para las respuestas 1, 2 y 3) y 1- nivel alto de satisfacción (para las respuestas 4 y 5).

Cuadro 8: Modelo logit sobre el total de la muestra

VARIABLE & CATEGORIAS	B	Sig.
Estrellas	-,205	-,027*
Tipo de contrato	-,116	,618
Antigüedad	,001	,588
Departamento		
Administración	-,006	,993
Contabilidad	-,652	,499
Restaurante	-,438	,393
Recepción	-,335	,495
Mantenimiento	-,320	,668
Limpieza	-,377	,489
Cocina	-,560	,283
Directivo	-,694	,324
Otros	Referencia	Referencia
Turno de trabajo		
Mañana	,702	,020*
Tarde	,565	,184
Noche	-,659	,274
Rotativo	,290	,279
Mañana y tarde	Referencia	Referencia
Salario	,103	,439
Sexo	-,493	,031*
Edad	-,034	,773
Nivel académico	-,122	,356
Constante	1,777	0,79

*Significativo al 5%

Fuente: Elaboración propia

De los resultados obtenidos en este modelo se pueden extraer las siguientes conclusiones respecto a las variables estadísticamente significativas:

1. *Estrellas*. Coeficiente negativo y significativo, es decir, aumento de la probabilidad de satisfacción laboral cuanto menor sea la categoría del hotel.

Dado que suele existir una relación importante entre el número de estrellas de un establecimiento hotelero y su tamaño y, éste a su vez, con el número de empleados que trabajan en el mismo, podemos considerar que este resultado puede derivarse de la cercanía en la gestión de los recursos humanos que se lleva a cabo en las entidades hoteleras de menor dimensión. Es la citada relación directa y cercana la que hace que se produzca una mejor identificación entre los objetivos organizacionales y los objetivos individuales de los empleados. Esta relación se convierte en inversa cuando se hace referencia a hoteles de mayor número de estrellas que, habitualmente, están

integrados en cadenas hoteleras, donde el carácter más impersonal de la gestión y la menor implicación directa del o de los propietarios en la misma, hace que la identificación de objetivos y, por ende, de la satisfacción laboral se reduzca.

2. *Turno*. Coeficiente positivo y significativo para la categoría de turno de mañana, es decir, aumento de la probabilidad de satisfacción laboral si se trabaja en dicho turno.

En este caso existe un componente claro relacionado con el tiempo de ocio y la conciliación de la vida familiar y profesional que explican este resultado. El sector hotelero se ha caracterizado por tener amplios y diversificados turnos de trabajo (mañana y tardes, rotatorios, nocturnos) y, especialmente, en fines de semana y festivos por lo que “disfrutar” de trabajo en la mañana y poder dedicar las horas diurnas restantes al ocio, el desarrollo personal y, principalmente a la familia, supone un aumento importante de la satisfacción laboral.

3. *Sexo*. Coeficiente negativo y significativo. Estando codificada la variable como 1= varón y 2= mujer, se puede señalar que la satisfacción disminuye cuando el empleado es de género femenino.

Como se ha señalado, la amplitud y variabilidad de los horarios que dificulta de manera importante la conciliación de la vida familiar y profesional y la mayor representación femenina en puestos de trabajo con menores requerimientos psicológicos y salarios (por ejemplo, la supra representación femenina en trabajo de camarera de pisos) hace que la satisfacción laboral sea menor en las mujeres (coincidente para España con Sousa-Poza, 2000 y Sousa-Poza, 2002; y para Dinamarca, Holanda y Portugal con Kaiser, 2002). Este resultado es contrario al de la mayoría de investigaciones (Clark, 1997; y Sloane & Williams, 2000), donde los niveles de satisfacción de la mujer es superior al del hombre, pero en este sector hay un hecho diferencial importante que es la casi paridad en la representación de género y esto, además, parece influir.

CONCLUSIONES

El turismo es una de las más importantes fuentes de desarrollo de la economía mundial. Concretamente, España ocupa el tercer puesto en la llegada de turistas. Por ello se hace fundamental el estudio específico de este sector. Esta relevancia es más profunda si cabe en la economía de la provincia cordobesa donde además está demostrando una resistencia importante en la peor consecuencia que está arrastrando la economía española y andaluza, que es el desempleo. Córdoba está apostando por un turismo de calidad basado en la cultura que le permite romper estacionalidades y mejorar los ingresos medios y totales provenientes del mismo.

Con estos antecedentes, el presente estudio se basa en la estrecha relación existente entre satisfacción del empleado, calidad del servicio y satisfacción del cliente. Una empresa hotelera no

puede aspirar a niveles de calidad competitivos en servicio si su plantilla no se encuentra satisfecha y ello, a su vez, se convierte en un factor de éxito para la empresa. En definitiva, la satisfacción de los trabajadores constituye un componente esencial en la línea de éxito de las organizaciones hosteleras. Y es que las personas ya no son el activo más importante de la organización sino que son la organización misma.

La finalidad genérica del presente artículo ha sido poder extraer una serie de conclusiones, que permitan que los directivos de establecimientos hoteleros encuentren y desarrollen, a un tipo de empleado cuya personalidad, motivación y habilidades contribuyan a la satisfacción del cliente y al cumplimiento de los objetivos de la organización. De este modo se presentan los principales resultados de una investigación sobre satisfacción laboral en los establecimientos hoteleros de la provincia de Córdoba (España), actividad económica que está consiguiendo mantener los niveles de empleo en plena crisis económica. De las conclusiones socio-laborales obtenidas por la investigación se destaca que existe prácticamente paridad de género en el empleo en la hostelería cordobesa, que domina la juventud de la plantilla, al igual que la nacionalidad española y, por último, que los salarios son relativamente bajos.

Desde el punto de vista de la satisfacción general, la mayoría de los empleados están satisfechos o muy satisfechos con su trabajo destacando positivamente la relación con los compañeros y con los superiores y la utilidad de la labor desarrollada, mientras que existe bastante margen de mejora en los aspectos de desarrollo de la carrera profesional a través de las posibilidades de ascenso y la remuneración. En cuanto a la relación entre satisfacción y los apartados de las distintas variables estudiadas, destacan la falta de significación estadística en cuanto al sexo, al departamento y al tipo de contrato y, en cambio, sí resulta significativa su diferencia de medias, en las variables edad, estado civil y el salario. Por su parte en cuanto a la relación probabilística entre satisfacción y las distintas variables estudiadas que dimanen del modelo logit, resaltar la reducción en la probabilidad de encontrarse satisfecho ante un mayor número de estrellas del establecimiento y en el caso de que el empleado sea mujer y, por el contrario, el incremento en la probabilidad de satisfacción para la prestación de trabajo en turno de mañana.

Como futuras líneas de investigación sería interesante que se avanzase en la valoración de la estabilidad laboral que hacen los trabajadores, ya que la utilización del tipo de contrato como indicador puede presentar sesgos importantes en cuanto a la percepción subjetiva de los empleados sobre este aspecto. Asimismo, sería recomendable tener en cuenta distintos elementos retributivos y su relación con la satisfacción laboral, como por ejemplo diferenciando conceptos fijos de variables, directos e indirectos e intrínsecos de extrínsecos.

Finalmente señalar que para el avance en la investigación sobre satisfacción laboral sería deseable el desarrollo de fuentes estadísticas oficiales que permitan la realización de estudios comparativos cuyos resultados conduzcan al establecimiento de políticas laborales específicas,

dirigidas a mejorar la rentabilidad de las empresas hoteleras y del bienestar de sus trabajadores. En ese sentido, esta carencia ha supuesto una limitación importante y difícil de afrontar en la realización de esta investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adams, J. S.** (1965) "Inequity in social exchange", en: BERKOWITZ L. (Ed) *Advances in Experimental Social Psychology*. New York: Academic Press, 2: 267-199
- Andresen, M.; Domsch, M. & Cascorbi, A.** (2007) "Working unusual hours and its relationship to job satisfaction: a study of European maritime pilots". *Journal of Labor Research*, 28: 714-734
- Alles, A.** (2007) "Comportamiento organizacional: cómo lograr un cambio cultural a través de la Gestión por competencias". Granica, Buenos Aires
- Barraza, M. A. & Ortega, M. F.** (2009) "Satisfacción laboral en instituciones formadoras de docentes. Un primer acercamiento". Ponencia presentada en el X Congreso de Investigación Educativa, Veracruz, México
- Buonocuore, F.** (2010) "Contingent work in the hospitality industry: A mediating model of organizational attitudes". *Tourism Management*, 31: 378–385
- Campos-Soria, J. A.; Ortega-Aguaza, B. & Ropero-García, M. A.** (2009) "Gender segregation and wage difference in the hospitality industry". *Tourism Economics*, 15(4): 847–866
- Chiang, C.** (2010) "Perceived organizational change in the hotel industry: An implication of change schema". *International Journal of Hospitality Management*, 29: 157–167
- Clark, A. E.** (1997) "Job satisfaction and gender: why are women so happy at work?", *Labour Economics*, 4: 341- 418.
- Frye, W. D.** (2001) "An examination of job satisfaction of hotel general managers based on hotel size and service type". Tesis doctoral. The Pennsylvania State University, Pensilvania
- Gómez-Bernabéu, A. M.** (2003) "Cultura en las Pymes del sector del juguete y auxiliares: implicaciones para la implantación de sistemas de calidad". Tesis Doctoral no Publicada, Facultad de Psicología, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Alicante
- Hawkins, D. E. & Lee, Y. T.** (1990) "An empirical analysis of organizational commitment among American hotel sales and marketing professionals". *Hospitality Research Journal*, 14(2): 103-112
- Herzberg, F.** (1959) "The motivation to work". Wiley, Nueva York
- Hikymura, M.** (2005) "Consecuencias de la orientación al cliente en la satisfacción en el trabajo, el compromiso organizacional y la calidad en el servicio". Tesis no Publicada, Facultad de Económicas y Ciencias Empresariales, Universidad Autónoma de Barcelona
- INE - Instituto Nacional de Estadística** (2011) "Cifras de población y censos demográficos". Servicio de Publicaciones del Instituto Nacional de Estadística, Madrid
- INE - Instituto Nacional de Estadística** (2010) "Encuesta de ocupación hotelera". Servicio de Publicaciones del Instituto Nacional de Estadística, Madrid
- INE - Instituto Nacional de Estadística** (2011) "Encuesta de población activa". Servicio de Publicaciones del Instituto Nacional de Estadística, Madrid

- Ivancevich, J. M. & Donnelly, J. H.** (1968) "Job satisfaction research: a manageable guide for practitioners". *Personnel Journal*, 47: 172-177
- Jabulani, N.** (2001) "An examination of customer service employee's self-efficacy, job satisfaction, demographic factors and customer perception of hotel service quality delivery in Jamaica". Tesis doctoral. Nova Southeastern University, Florida
- Kaiser, L.** (2002) "Job satisfaction: a comparison of standard, non-standard, and self-employment patterns across Europe with a special note to the gender/job satisfaction paradox", EPAG, Working Paper, 27
- Korman, A. K.** (1978) "Psicología del trabajo y de las organizaciones". Motova, Madrid
- Lee, Y. & Chang, H.** (2008) "Relations between team work and innovation in organizations and the job satisfaction of employees: a factor analytic study". *International Journal of Management*, 25(3): 732- 739
- Lee, C. & Way, K.** (2010) "Individual employment characteristics of hotel employees that plays a role in employee satisfaction and work retention". *International Journal of Hospitality Management*, 29: 344 – 353
- Locke, E. A.** (1969) "What is job satisfaction?" *Organizational Behaviour and Human Performance*, 4: 309-336
- Maslow, A.** (1973) "El hombre autorrealizado". Kairós, Barcelona
- Mendoza, M. A.; Orgambidez, A. & Carrasco, A. M.** (2010) "Orientación a la calidad total, satisfacción laboral, comunicación y compromiso en establecimientos de turismo rural de la Sierra de Huelva". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2): 351-361
- Moreno Jiménez, M. P.; Ruiz Rodríguez, M. L.; Canto Ortiz, J.; San Martín García, J. & Perles Nova, F.** (2010) "Satisfacción laboral y burnout en trabajo poco cualificados: diferencias entre sexos en población inmigrante". *Revista de Psicología del Trabajo y las Organizaciones*, 26(3): 255-265
- Munchinsky, P. M.** (1983) "Psychology applied to work: an introduction to industrial and organizational psychology". Dorsey Press, Homewood, Illinois
- Nadiri, N. & Tanova, C.** (2010) "An investigation of the role of justice in turnover intentions, job satisfaction, and organizational citizenship behavior in hospitality industry". *International Journal of Hospitality Management*, 29: 33–41
- OMT – Organización Mundial del Turismo** (2011) "Barómetro del Turismo Mundial", Comunicado de Prensa, Mayo. Madrid
- Rahman, M. & Sanzi, A.** (1995) "A comparison of organizational structure, job stress and satisfaction in audit and management advisory systems (MAS) in CPA firms", *Journal of Management Issues*, 7(3): 290-305
- Robbins, S. P.** (2004) "Comportamiento organizacional". Pearson – Prentice Hall, México
- Sánchez Cañizares, S. M.; Artacho Ruiz, C. & Fuentes García, F.** (2010) "El rol mediador de la satisfacción laboral en la relación entre la percepción del empleado sobre el entorno laboral y su compromiso organizativo". *Estudios financieros. Revista de trabajo y seguridad social*, 333: 207-230

- Sánchez Cañizares, S. M.; López-Guzmán Guzmán, T. J. & Millán Vázquez de la Torre, G.** (2007) "La satisfacción laboral en los establecimientos hoteleros. Análisis empírico en la provincia de Córdoba", *Cuadernos de Turismo*, 20: 223-249
- Sloane, P. & Williams, H.** (2000) "Job satisfaction, comparison earnings and gender", *Labour*, 14: 473-502.
- Sousa-Poza, A. & Sousa-Poza, A. A.** (2000) "Taking another look at the gender/job satisfaction paradox", *Kiklos*, 53: 135-152.
- Spencer, B.** (1994) "Models of organization and total quality management: a comparison and critical evaluation". *Academy of Management Review*, 19: 446-471
- Spinelli, M. A. & Canavos, G. C.** (2000) "Investigating the relationship between employee satisfaction and guest satisfaction". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(6): 29-33
- Vroom, V. H.** (1964) "Work and motivation". Wiley, Nueva York
- Ward, E. D. & Davis, E.** (1995) "The effect of benefit satisfaction on organizational commitment". *Compensation and Benefits Management*, 11(3) 35-40
- Wright, T. & Bonett, D.** (2007) "Job satisfaction and psychological well-being as nonadditive predictors of workplace turnover." *Journal of Management*, 33: 141-160
- Yang, Jen-Te** (2010) "Antecedents and consequences of job satisfaction in the hotel industry". *International Journal of Hospitality Management*, 29: 609-619

Recibido el 07 de febrero de 2011

Correcciones recibidas el 12 marzo de 2011

Aceptado el 22 de marzo de 2011

Arbitrado anónimamente

LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS Y SUS EFECTOS

El caso del Hotel-Casino en Victoria, Entre Ríos, Argentina

Julia Piñeiro Carreras*
CONICET – Universidad de
Buenos Aires - Argentina

Resumen: El presente artículo se dedica al análisis de la instalación de un gran hotel-casino en la ciudad entrerriana de Victoria en la que el turismo se encuentra en franco crecimiento. Basándose en materiales surgidos de un trabajo de campo de carácter antropológico, el trabajo indaga en las percepciones locales respecto de este gran emprendimiento. A través del seguimiento del proceso de su instalación se da cuenta del carácter activo de específicos actores sociales lo cual, junto con el análisis de la diversidad de percepciones respecto de las consecuencias de la llegada del emprendimiento, y de la existencia de diferentes criterios clasificatorios respecto de los 'turistas', permite una complejización de la mirada sobre las sociedades receptoras y sobre los efectos de los grandes emprendimientos turísticos.

PALABRAS CLAVE: Antropología, turismo, hoteles-casino, Entre Ríos.

Abstract: Tourism Enterprises and Their Effects: The Case of the Hotel and Casino in Victoria, Entre Ríos, Argentina. This article analyzes the installation of a large hotel-casino in Victoria, province of Entre Ríos, where tourism is growing markedly. Drawing on materials from anthropological fieldwork, the paper looks into local perceptions of this large enterprise. By reconstructing the process through which the hotel-casino was installed, the active nature of specific social actors is accounted for. This, along with the analysis of diverse perceptions regarding the consequences of the arrival of the hotel-casino and the existence of different classification criteria regarding 'tourists', complicates our appreciation on host societies and on the effects of large enterprises.

KEY WORDS: Anthropology, tourism, hotel and casino, Entre Ríos.

INTRODUCCIÓN

Ubicada en el sudoeste de la provincia de Entre Ríos, a la vera de uno de los riachos en los que se divide el Río Paraná, se encuentra la localidad de Victoria, cabecera del Departamento homónimo. La ciudad, fundada en 1810, cuenta con una planta urbana cuya planimetría sigue, como en muchas ciudades coloniales, un diseño en damero. Cuatro bulevares encierran un sector de aproximadamente 3 kilómetros de lado en el que el cruce de dos calles en la zona céntrica da origen a la división en cuatro Cuarteles. En el 'centro' -no exactamente coincidente con el centro geográfico

* Licenciada en Ciencias Antropológicas por la UBA. Magister en Antropología IDES (Instituto de Desarrollo Económico y Social) –IADES (Instituto de Altos Estudios Sociales) /UNSAM (Universidad Nacional de San Martín), Argentina. Doctoranda en Antropología en la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Docente de la materia Antropología Social y Cultural de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA. Becaria doctoral CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina). Miembro del GIAPER (Grupo de Investigación en Antropología Política y Económica Regional, Argentina). E-mail: juliapini@gmail.com

pero sí con la zona más alta de la ciudad- la plaza San Martín, la principal, se encuentra rodeada por importantes edificios institucionales y/o emblemáticos: la Iglesia Parroquial Nuestra Señora de Aránzazu, el edificio de la Policía, el Palacio Municipal, el Club Social, el Banco Italia y el Banco de Entre Ríos. Es sobre todo en esa zona céntrica que rodea la plaza donde las casas antiguas presentan complejos trabajos de herrería adornando puertas y ventanas, que le han merecido a Victoria el apodo de “La Ciudad de las Rejas”. Por fuera de los bulevares, hacia el sur, se encuentra el barrio denominado Quinto Cuartel que albergara a los primeros inmigrantes -vascos e italianos- que arribaron en las décadas tempranas del siglo XIX. Hacia el noroeste y sobre la ruta provincial N° 11 se encuentra la zona de la Abadía del Niño Dios, perteneciente a la orden benedictina y que data de 1899. Hacia el oeste, y siguiendo el margen del Riacho Victoria, se encuentra la costa. Una avenida costanera construida en 1938 la recorre en los dos sentidos y la separa de una zona de colinas en las cuales espacios verdes públicos se entremezclan en los últimos años con emprendimientos turísticos privados, el más importante de los cuales es un imponente hotel-casino.

Hasta hace algunos años Victoria era concebida por sus habitantes como una ciudad dedicada casi exclusivamente, por un lado, a las actividades terciarias vinculadas con la producción agropecuaria desarrollada en la zona rural del Departamento - cultivo de soja, trigo y maíz y ganadería de invernada-; y por el otro, a la pesca en la zona del valle fluvial en cuyas islas se llevan a cabo también actividades de engorde de ganado bovino, caza comercial (nutria), apicultura y, de manera incipiente, agricultura. Actualmente Victoria es considerada localmente como una ciudad que, amén de seguir dependiendo en gran medida de esas actividades productivas primarias, se está transformando en una ‘ciudad turística’. Si bien el turismo existe en la localidad desde la década de 1970, sólo recientemente empezó a considerarse al sector como una fuente de recursos potencialmente relevante. En efecto, el turismo viene creciendo notablemente y se afianza como una industria merecedora de atención por parte de actores estatales y privados.

El presente artículo recoge algunos aspectos del proceso de transformación de Victoria en un ‘destino turístico’ y sus consecuencias, proceso a cuyo análisis estuvo dedicada una investigación de carácter antropológico que tomó como eje las representaciones de los propios actores locales. En este trabajo se analiza específicamente el proceso de instalación de un gran emprendimiento turístico en la ciudad, el primer y único hotel-casino que abriera sus puertas en dos etapas entre 2004 y 2005. Asimismo, se exploran las consecuencias que, según las perspectivas locales, el mismo trajera aparejadas. Para ello se recurre a los materiales surgidos de un trabajo de campo etnográfico (2007-2009) basado en la técnica de observación participante y, en algunos casos puntuales, en la realización de entrevistas abiertas. Además, se apela a información obtenida de fuentes secundarias (medios periodísticos y guías turísticas locales) así como a datos cuantitativos elaborados por otros investigadores.

Como han señalado distintos autores que se han ocupado de indagar en la relación entre ciencias sociales y turismo, o más específicamente entre antropología y turismo, una buena parte de los

estudios sobre el tema han estado signados por la identificación y evaluación de ‘impactos’ supuestamente generados por la actividad turística. La proliferación de nuevas perspectivas ha permitido, aunque aún no en toda su potencialidad, superar las ‘plataformas de defensa’ y ‘de advertencia’ identificadas por Jafari (1994 y 2005) por considerarse que esconden una concepción de las “sociedades receptoras” - otrora llamadas “anfitrionas”, término también criticado- como pasivas frente a una “invasión” externa (véanse Nogués Pedregal, 2009; Barretto, 2009; Lanfant, 1995). La elección de la perspectiva etnográfica - entendida como *una mirada analítica que da por supuesta la diversidad de lo real y trata de aprehenderla a través de un análisis centrado estratégicamente en las perspectivas de los actores* (Balbi, 2007: 37)- responde a la intención de colaborar a una complejización de la mirada sobre las sociedades receptoras que se aleje de la consideración de las mismas como “totalidades idealizadas” (Steil, 2006: 163), que reconozca su carácter necesariamente heterogéneo y que tome en consideración la agencia de los actores locales. A fin de reconocer esa heterogeneidad y el rol activo de los actores se optó más por el uso de la observación participante que por el desarrollo de entrevistas más o menos formalizadas desplegadas mediante la predefinición de criterios muestrales. De esta forma, siguiendo procedimientos desarrollados en la tradición de la investigación etnográfica en antropología social, se participó de actividades laborales y sociales cotidianas de los actores involucrados, directa o indirectamente, en la industria turística. La técnica de observación participante fue desplegada en una diversidad de escenarios: asistiendo a distintos eventos relacionados con la temática turística, acompañando el día a día de la Coordinación Municipal de Turismo, participando de reuniones de otras instituciones públicas y privadas vinculadas al sector, conversando con empresarios, comerciantes, dueños y trabajadores de emprendimientos gastronómicos y hoteleros, etc. La utilización de la observación participante, y el consiguiente registro de las prácticas verbales y no verbales de los actores sociales, permite la construcción analítica de las perspectivas nativas. Respecto del carácter de ‘construcción’ de las mismas, vale citar a Balbi (2010: 2), quien sostiene que *la ‘perspectiva nativa’ es una construcción analítica, un instrumento heurístico desarrollado por el etnógrafo y no una mera transcripción de lo que los ‘nativos’ efectivamente ‘piensan’ acerca de su mundo social, una suerte de reflejo pasivo de un hecho empírico (...) [L]a perspectiva nativa no se compone a partir de las declaraciones expresas de los actores sino que se trata de una construcción analítica compleja que las incluye pero también las desborda en tanto se basa en la totalidad del comportamiento observado y, aún más ampliamente, en el análisis de la materialidad del mundo social en cuestión (esto es: la organización del espacio, la tecnología, etc.)*.

UN PUENTE ENTRE UNA CIUDAD “CON TURISMO” Y UNA “CIUDAD TURÍSTICA”

La actividad turística tiene al menos cuatro décadas de historia en Victoria. Hacia 1969, año en que se organizó la Primera Temporada Turística de la localidad, los principales atractivos eran la abadía benedictina, los corsos desarrollados durante la época de carnaval y la pesca deportiva. A esos atractivos se sumaría a partir de la década de 1990 una incipiente oferta de turismo ‘ecológico’, ‘de aventura’ y ‘de estancia’. Sin embargo, el turismo ganó una relevancia pública inédita al darse en

1998 inicio a la construcción de una de las mayores obras viales que tuviera lugar en la Argentina en las últimas décadas: la del puente que cruzando el río Paraná unió en 2003 a Victoria -que contaba en ese entonces con cerca de 27.000 habitantes- con la vecina ciudad santafecina de Rosario, una urbe portuaria e industrial que en importancia y cantidad de habitantes (por ese entonces cerca de 1.000.000), es la segunda del país. El Puente Nuestra Señora del Rosario consiste en una mega obra vial conformada por 59,4 kilómetros de camino entre puentes y terraplenes que atraviesa el río Paraná y su valle fluvial.

Como lo revelara Gaztañaga (2007), la posibilidad de dicha conexión directa con Rosario se había constituido localmente en un 'anhelo' de más de cien años. Según la percepción local, Victoria había tenido una época dorada que quedaría reflejada en ciertas características de la ciudad, como su rica arquitectura y finos trabajos de herrería. En el siglo XIX se había vivido un auge de la explotación de la cal. Dicho producto se comercializaba con Buenos Aires, la capital del país, a través del río Paraná que era la vía más directa y barata. Sin embargo, las recurrentes bajantes dificultaban el traslado y hacia fines del siglo XIX ciudades mejor conectadas, como Córdoba, ganaban ventaja en la colocación de su cal (Anadón & Murature de Badaracco, 1985). El comercio de ganado y cereales con Buenos Aires que en las primeras décadas del siglo XX era incesante, también dotó a Victoria de momentos de bonanza pero no la salvaría de las consecuencias de haber quedado olvidada del proceso de industrialización nacional (Boivin & Rosato, 2003). Por razones históricas que se sumaban a su ubicación en una provincia literalmente rodeada de ríos, Victoria había quedado 'aislada'. El puente con Rosario vendría a terminar con dicho 'aislamiento'.

Durante el complejo proceso político de creación de consenso en torno del proyecto de construcción de la conexión vial, uno de los argumentos usados fue el de que la obra supondría abrir la ciudad al turismo rosarino (Gaztañaga, 2007). El turismo se constituía así como uno de los "impactos" mediatos del puente. Durante su construcción, el tema de la potencialidad de la ciudad como destino turístico cobraría una presencia permanente en los medios de comunicación y en la agenda política local, siendo tratado eminentemente en relación a su incidencia sobre la creación de empleos y el desarrollo de los sectores comercial minorista, gastronómico, de hotelería y de la construcción. Una vez inaugurada la obra, en mayo de 2003, el aumento en la llegada de visitantes reafirmó la consideración del turismo como una actividad deseable y con cierta capacidad de devolver a Victoria el 'esplendor' del que había gozado en otros tiempos.

La atención a ciertos datos cuantitativos provenientes de fuentes secundarias y de bibliografía referida al caso (Lima, 2008) respecto de la progresión en la cantidad de alojamientos y camas disponibles coadyuva a dimensionar el grado en que la actividad turística fue afianzándose como un rubro al que muchos emprendedores locales dirigieron sus inversiones. Según información vertida en una guía turística publicada en 1979 por la Municipalidad y el Centro Comercial de la ciudad, Victoria contaba con 165 plazas distribuidas en 4 hoteles, además de disponer de un camping municipal (Ver Cuadro 1).

Cuadro 1: Información sobre plazas hoteleras disponibles

HOTELERIA

ESTABLECIMIENTO

TELEFONO

HABITACIONES

single

doble

triple

múltiple

suite

CAPACIDAD

cochera

RIZZI HNOS. — H. Yrigoyen y Suipacha

1294

—

—

12

—

2

—

—

—

—

30

PLAZA HOTEL — Av. Congreso 455

1431

2

3

6

1

3

3

—

—

—

37

EL PARQUE — L. N. Alem 222

1315

—

—

11

—

—

—

—

—

22

REGGIARDO — España 233

1835

—

—

8

10

4

5

—

—

3

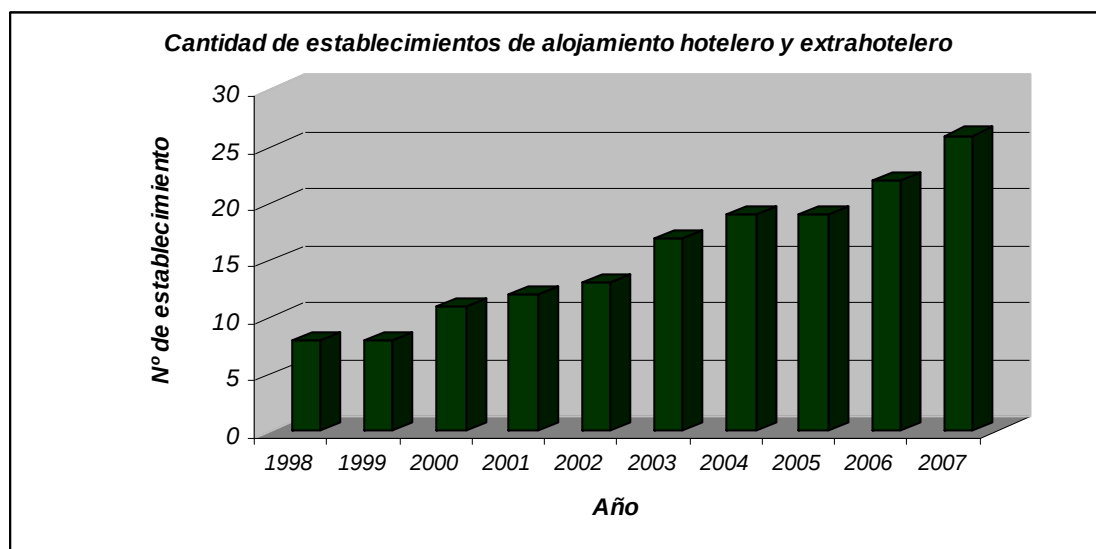
75

A, con baño privado - B, sin baño privado

Fuente: La ciudad de las siete colinas (1979:38)

Hacia 1998, según un relevamiento elaborado por un economista local (Lima, 2008), la ciudad contaba con 259 plazas distribuidas en 8 establecimientos hoteleros y extra-hoteleros (bungalows, cabañas, etc.). Tal como puede verse en los Cuadros 2 y 3, la cantidad de establecimientos y de plazas seguiría en franco crecimiento.

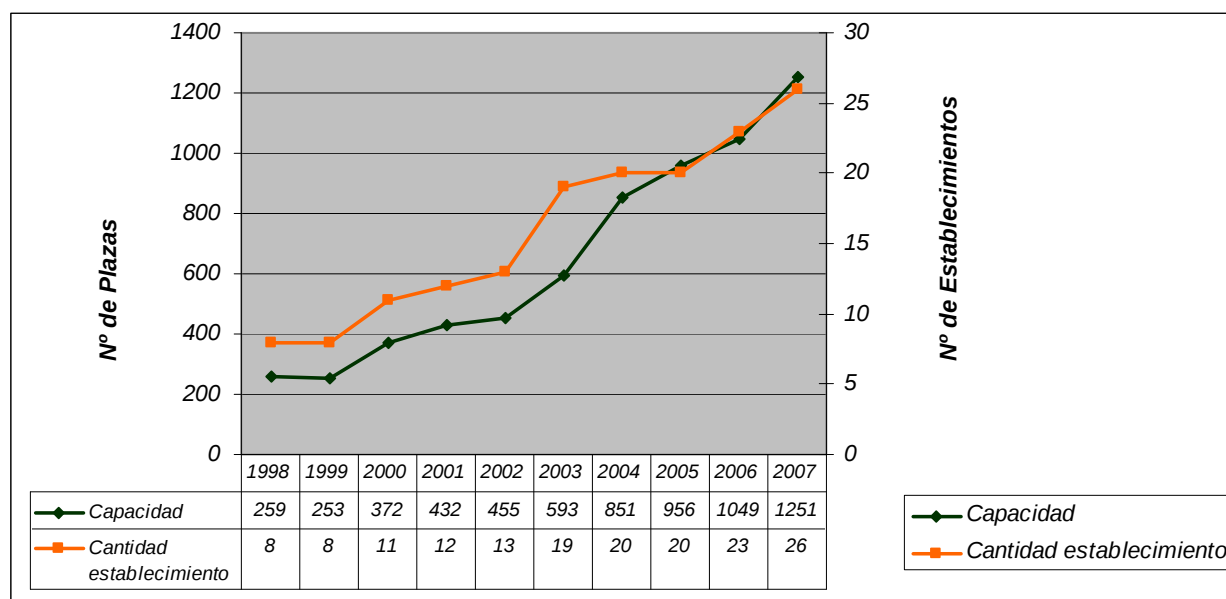
Cuadro 2: Evolución de la cantidad de establecimientos de alojamiento entre 1998 y 2007



Fuente: Lima (2008: 99)

Atendiendo a los datos consignados en el Cuadro 3, puede verse un llamativo aumento de plazas entre 2003 y 2004. El mismo responde a la apertura del primer gran emprendimiento hotelero instalado en la ciudad: el único hotel-casino de Victoria que se erige en una de las colinas ubicadas frente al Riacho Victoria y a cuyo proceso de instalación y consecuencias se dedican los próximos apartados.

Cuadro 3: Evolución de la cantidad de establecimientos hoteleros o extra hoteleros y capacidad en plazas



Fuente: Lima (2008: 100)

EL PRIMER GRAN EMPRENDIMIENTO: LA LENTA LLEGADA DEL HOTEL-CASINO

Entre todos los alojamientos que en los últimos años se han construido en la ciudad, el hotel-casino ubicado en la zona costera es localmente considerado como el que más efectos ha generado sobre la vida local. Por un lado, el hotel con sus 75 habitaciones hizo crecer súbitamente la oferta de plazas disponibles. Pero, además, incorporó un nuevo parámetro de calidad. Fue el primer, y hasta ahora único, 'cinco estrellas' en la ciudad en virtud de los servicios ofrecidos: piscina, solárium, sauna, spa, gimnasio, sistema de telefonía e internet y habitaciones con balcón, frigobar, televisión por cable, aire acondicionado, hidromasaje, etc. Por último, que el hotel haya llegado asociado a un casino da al emprendimiento un carácter único respecto de los efectos sobre la población local. El casino, de una superficie de 5.000 m² distribuidos en tres plantas comprende una sala de juegos con más de mil máquinas tragamonedas, un sector de juegos de paño, un restaurante, un salón de usos múltiples para espectáculos, una discoteca y un estacionamiento.

Tal como relatan los actores involucrados en el proceso de instalación del emprendimiento y como recogen los medios periodísticos locales de la época, el hotel-casino comenzó a construirse en octubre de 2001 con la expectativa de ser inaugurado simultáneamente con el puente Victoria-Rosario que era ponderado como condición *sine qua non* para que el gran hotel-casino tuviera sentido. Sin embargo, para cuando la obra vial fue concluida en mayo de 2003 el complejo seguía sin poder ser habilitado. En efecto, el proceso de su instalación sufrió una gran cantidad de tropiezos y demandó la intervención activa de inversores, funcionarios y políticos de nivel local y provincial y hasta la del propio gobernador de Entre Ríos.

El proyecto fue concebido por un grupo de inversores locales junto con algunos empresarios rosarinos. Amén de tratarse de un hotel-casino, de un solo emprendimiento conceptualmente hablando, el hospedaje y la sala de juegos son propiedad de dos grupos empresarios distintos y responden a gerencias diferentes. Cada uno tiene su nombre y si bien se encuentran ediliciamente conectados tienen entradas independientes. Mientras que el ingreso al Casino Victoria se halla enfrentado a la costanera, la entrada del hotel Sol Victoria se encuentra en una calle interna, dando la espalda al río. Desde el inicio del proyecto, el grupo inversor hoy propietario del hotel, planeó construirlo en su totalidad y dejar lista una estructura de 2.000 m² para la instalación del casino que no quedaría bajo su órbita. Las tierras en las que el emprendimiento fue apostado son municipales y fueron concedidas a la empresa mediante la firma de un convenio. La inclusión en el proyecto de un casino implicó la intervención imprescindible del gobierno provincial, dado que en Entre Ríos el juego de azar se halla administrado por un ente público: el Instituto de Ayuda Financiera y Social (en adelante IAFAS), fundado en 1972.

Así, al convenio rubricado por la Municipalidad y la empresa por la cesión de las tierras se sumó otro firmado entre la intendencia y el IAFAS para que éste autorizara, y luego asumiera, la tarea de montar la sala de juegos en el salón que la empresa inversora había construido para ese propósito. Como finalmente sucedería, el IAFAS quedaría encargado de la administración de una parte del casino, la del sector de juegos de paño verde (ruletas y cartas), mientras que otra empresa privada en virtud de una licitación manejaría el sector de máquinas tragamonedas pagando al IAFAS un canon por dicha explotación.

Lo que supuestamente debía ser un proceso relativamente rápido y sencillo, acabó sufriendo más de una complicación, lo cual produjo como resultado un importante atraso en la apertura del complejo que terminó abriendo sus puertas mucho después de lo planeado por sus promotores. La apertura se dio en dos etapas: el hotel fue inaugurado en octubre de 2004 y el casino un año después.

Aunque sin entrar en el relato pormenorizado de la diversidad de inconvenientes que se sucedieron en el proceso de instalación vale al menos mencionarlos fundamentalmente con el objeto de resaltar el papel activo de diversos actores involucrados en el mismo. Para reconstruir ese proceso se apela al medio periodístico gráfico más importante de la localidad, el semanario Paralelo 32, cuya trascendencia reside no sólo en ser la publicación de mayor tirada sino también en su uso como fuente de referencia por parte de los propios actores locales.

Habiendo comenzado a fines de 2001, hacia abril de 2003 las obras del complejo estaban muy avanzadas. Para que el casino fuera montado era imprescindible que la empresa cediera la estructura edilicia correspondiente a la Municipalidad y ésta, a su vez, la traspasara al IAFAS. Sin embargo esta institución, según expresó su titular en una reunión en la que habían participado autoridades de la comuna y los empresarios inversores, se negaba a aceptar la obra por considerar que eran necesarias modificaciones técnicas. La empresa aceptó la condición pero al poco tiempo un nuevo

contratiempo surgió: la Fiscalía de Investigaciones Administrativas de la provincia hizo una presentación ante un juzgado victoriense pues se sospechaba de la existencia de “vicios jurídicos” en los convenios firmados entre la Municipalidad, el IAFAS y la empresa (Paralelo 32, 5/7/03). La denuncia dilató los tiempos y redundó en que se consideraran anulados los primeros convenios dando lugar a la firma de nuevos acuerdos. La principal modificación consistió en la disminución de los años de concesión de las tierras a la empresa: si el primer convenio estipulaba que fuera por un período de 40 años, ahora quedaba reducido a 25.

Pero los meses pasaron y el IAFAS no avanzó con las obras aduciendo incumplimientos de la Municipalidad en el completamiento de obras de asfaltado en la zona del emprendimiento a las que se había comprometido. Entre acusaciones cruzadas, quejas públicas de los empresarios y amenazas de llevar a cabo “acciones legales”, el tiempo siguió pasando (Paralelo 32, 17/01/04). Una de las cláusulas del convenio tripartito fue puesta en discusión por el IAFAS: el acuerdo disponía que el casino de Victoria gozaría de exclusividad por 25 años no pudiendo instalarse por ese período otro casino en el Departamento. A comienzos de 2004, las discusiones en torno a la exclusividad llevaron al gobernador entrerriano, al intendente de Victoria, al interventor del IAFAS y a dos legisladores provinciales procedentes de dicha localidad a reunirse en la capital provincial para negociar al respecto. En ese contexto y sin acuerdo a la vista el vicepresidente y cara pública de la empresa inversora, mostrándose indignado por la situación, hizo declaraciones usando un argumento digno de atención: era central tener en cuenta las cuestiones de “utilidad pública” involucradas que consistían en la importancia del empleo de mano de obra, la inversión y los beneficios turísticos para Victoria que la obra traía aparejados (Paralelo 32, 31/1/2004).

En febrero, en una nueva reunión y gracias a lo que los empresarios consideraron “una decisión política del gobernador” el asunto quedó saldado: el casino de Victoria gozaría de exclusividad (Paralelo 32, 07/02/2004). El IAFAS debería ocuparse de licitar el sector de tragamonedas en los meses subsiguientes. Una vez más los tiempos se extendieron y los dueños del hotel propiamente dicho acabaron por inaugurarlos en octubre de 2004 tras haber perdido las esperanzas de realizar un lanzamiento conjunto del hospedaje y la sala de juegos. En el mismo mes el IAFAS dio inicio al llamado a licitación. Los oferentes debían presentar sus antecedentes, una oferta económica (es decir, cuál era el canon mensual que estaban dispuestos a pagar por la explotación de las máquinas tragamonedas), un proyecto edilicio para terminar las obras del casino y un proyecto turístico que deberían llevar a cabo. El proceso sufrió importantes dilaciones debido a que el llamado fue anulado por errores formales en una de las ofertas y todo debió repetirse. Finalmente, en febrero de 2005 la concesión se adjudicó a la empresa Bold, que había presentado la propuesta de inversión en un parque termal que estaba desarrollando el grupo empresario dueño del hotel, y ofrecido entregar al IAFAS un canon mensual del 32%.

Después de todas las idas y vueltas, de los convenios dados de baja y de las licitaciones caídas el casino abrió sus puertas el viernes 21 de octubre de 2005. Esa noche sólo los ‘invitados’ pudieron

asistir al acto inaugural del que participaron el gobernador, el subsecretario de turismo, diputados y senadores provinciales y el intendente local, entre muchos otros funcionarios. Los discursos estuvieron a cargo del director del casino, el titular del IAFAS, el intendente y el gobernador. Cada uno agradeció las gestiones de los demás y aprovechó para relatar las dificultades que había atravesado el proyecto (de las cuales cada uno responsabilizaba solapadamente a alguno de los otros). Los 'inconvenientes' habían existido y los discursos dieron cuenta explícitamente de ello. El acto incluyó también la bendición de un cura párroco muy conocido en la ciudad quien antes de convocar a rezar el Padre Nuestro se vio en la necesidad de mencionar el debate de conciencia que había tenido que superar, y de explicar que había decidido bendecirlo convencido de que "un casino trae cosas malas" pero también "cosas buenas" (Paralelo 32, 22/10/2005). El casino ya estaba ahí. Para terminar de inaugurarlo, sólo bastaba tirar la primera bola en la ruleta y el gobernador fue el encargado de hacerlo ya que según la interpretación de los empresarios había posibilitado en última instancia la apertura.

EL HOTEL, EL CASINO, Y SUS CONSECUENCIAS

El proceso de instalación del hotel-casino había movilizado una serie de expectativas respecto de su potencialidad como generador de empleo. Por un lado, la construcción propiamente dicha generó una importante demanda de obreros que fueron contratados casi en su totalidad en la propia localidad. Pero, fundamentalmente, las expectativas estaban puestas en las oportunidades laborales que llegarían de la mano del complejo. La empresa inversora se había comprometido a que al menos un 90% de los puestos de trabajo que el hotel y el casino generaran serían cubiertos con mano de obra local. En efecto, el hotel pero principalmente el casino, crearon una gran demanda laboral: el primer ingreso de trabajadores a la parte privada del casino (es decir a aquella manejada por la empresa que había licitado las tragamonedas), fue de trescientas personas según el listado que Paralelo 32 publicó en julio de 2005. Los nuevos empleados habían pasado dos entrevistas antes de ser seleccionados. Una vez que sus nombres fueron publicados se los convocó a reuniones para recibir instrucciones y enterarse efectivamente de la tarea a la que estaría asignado cada uno y para lo cual recibirían capacitación por parte de la empresa en el rubro correspondiente (gastronomía, máquinas, recepción, portería, mantenimiento, limpieza y estacionamiento). El IAFAS, por su parte, tomó alrededor de sesenta personas que antes debieron complementar el correspondiente curso de Ayudante y Pagador de Mesa. Tanto la parte 'privada' como 'la del IAFAS' ofrecían trabajo en blanco desde la contratación, algo especialmente difícil de conseguir en la ciudad.

Durante la realización del trabajo de campo en que se basa el presente artículo se pudo relevar la importancia y el valor que los habitantes de la localidad atribuyen a la generación de puestos de empleo que supuso la apertura del gran complejo. En una ciudad acostumbrada a ver migrar a sus jóvenes por la falta de oportunidades laborales, la ampliación de la oferta de empleos fue, y continúa siendo, celebrada. Incluso para quienes cuestionan al casino por lo que entienden como sus 'efectos negativos', fundamentalmente su influencia en el crecimiento de la 'adicción al juego', parece difícil no

hacer referencia antes de emprender sus críticas a la creación de empleos que implicó. Además de la cantidad de puestos laborales suele ponderarse positivamente que se trate de trabajos 'en blanco', es decir, conformes a las leyes laborales del país con aportes jubilatorios en regla y obra social. Sin embargo, también ciertas características especiales del trabajo en el casino son consideradas problemáticas. En este punto se establece una clara diferencia entre los puestos ofrecidos por éste y aquellos ofrecidos por el hotel. A pesar de que los turnos suelen ser de ocho horas tanto en uno como en el otro, en términos generales el trabajo en el hotel es considerado 'más tranquilo' y de alguna manera 'más estable'.

En este sentido es importante señalar otra diferenciación hecha por los actores: no sólo se considera que hay una clara distinción entre el trabajo en el hotel y en el casino, sino que dentro de la sala de juegos se distingue entre la 'parte privada', es decir el sector de tragamonedas, y la 'parte pública', es decir el sector de juegos de paño controlado directamente por el IAFAS. Por un lado, los relatos suelen subrayar la existencia de mejores sueldos en el sector del IAFAS. Por el otro, algunas personas destacan y valoran la existencia de varios períodos de descanso estipulados para los crupieres a lo largo de la jornada laboral.

En el caso de los empleados del sector de tragamonedas, puede verse una amplia rotación de personal debido a las habituales renunciadas de los trabajadores. Los argumentos esgrimidos se vinculan con: los turnos rotativos, el carácter 'cansador' de las tareas realizadas, y el 'ambiente' reinante en el espacio de trabajo. La cuestión de la rotación de turnos es frecuentemente mencionada por ex empleados o familiares y amigos de empleados que destacan las dificultades acarreadas por la amplia variabilidad de horarios. En palabras de la madre de una joven vendedora de fichas, y por poner sólo un ejemplo: *"es una locura entrar un día a la una de la madrugada y otro a las once de la mañana"*.

Por otro lado, el hecho de que muchas de las tareas sean cumplidas de pie y la falta de períodos de descanso son referidas al momento de caracterizar al trabajo en el casino como 'cansador'. Pero el 'cansancio' también es vinculado a una característica propia y especial de los trabajos en salas de juego en general: la convivencia con 'apostadores' y 'jugadores' en algunos casos 'compulsivos' y que, según los relatos de un ex empleado, pueden ser en ocasiones altamente agresivos con el personal. En sus palabras:

Más allá de que pueda ir algún aficionado a tirar unas fichas, vos tratás con gente enferma, porque lamentablemente están enfermos de la cabeza. Hay mucho vicio ahí, mucho vicio y tenés los que van más malos porque van perdiendo y se enojan, maltratan, lo maltrata al que está trabajando ¿me entendés?.

En las palabras del empleado, surge la distinción entre dos tipos de clientes: los 'aficionados' y los 'enfermos'. En el contexto de la cotidianidad de su jornada laboral se trata de una clasificación

relevante. Pero no se trata de una diferenciación formulada exclusivamente por quienes trabajan en el casino, sino que es también utilizada por otros victorienses. Con respecto a los habitantes de la ciudad que acuden al casino para jugar, suele hacerse una diferenciación entre aquellos que son 'aficionados' y tendrían una relación no problemática con el juego y aquellos que se habrían 'enviciado', 'enfermado', o 'perdido'. Tal como lo han señalado Hyland (1997) y Barretto (2009), el aumento de 'prácticas adictivas' del juego suele ser puesto de relieve como uno de los problemas vinculados a la instalación de este tipo de atractivo en diversos destinos turísticos. En Victoria, la consideración del juego como 'problema' creciente pudo verse en agosto de 2007 cuando el Concejo Deliberante aprobó por unanimidad un proyecto de "ludopatía" cuyo objetivo es que el gobierno municipal promueva acciones de prevención (Paralelo 32, 11/08/2007).

Con respecto a las actividades no directamente vinculadas con el juego que el casino ofrece, la 'boite' y los shows, vale mencionar que aún los acérrimos detractores de los juegos de azar en general y, de los del casino en particular, aplauden la existencia de esas nuevas ofertas que éste ha traído aparejadas y que son valoradas en tanto se considera que llegaron a ocupar espacios vacíos.

La generación de empleo y el crecimiento de las prácticas adictivas respecto del juego (aquellas "cosas buenas y malas" que anticipaba el cura párroco en la inauguración) se constituyen en los epítomes de lo que es localmente concebido como las consecuencias 'positivas' y 'negativas' que llegaron de la mano del casino y que en 2008 en una reunión de concejales de distintas localidades de la provincia una legisladora victoriense calificó como "*las dos caras de la moneda del desarrollo*".

Quienes se encuentran directamente vinculados con la industria turística (dueños de agencias de turismo, hoteleros, y prestadores de diversos servicios turísticos, entre otros), ponen de relieve otras consecuencias de la llegada del hotel-casino. Por un lado, ellos consideran que la apertura del primer cinco estrellas de la ciudad dio origen al arribo de un 'nuevo tipo' de turista demandante de cierta 'clase' de servicios. Según sostuviera el primer gerente del hotel en una entrevista realizada en febrero de 2008, su apertura generó que buena parte de la oferta gastronómica tendiera a 'subir de nivel' para poder satisfacer un nuevo tipo de demanda.

Por otro lado, según estos actores el casino proyectó la imagen de Victoria como destino de un modo nunca antes visto. La importancia que su gerencia da a la promoción del emprendimiento y los recursos económicos destinados a la adquisición de espacios publicitarios en grandes medios de comunicación nacionales lograron, en palabras de un empresario del sector turístico, *que Victoria se conociera en todo el país*. Ahora bien, esta consideración de la centralidad del casino para la promoción de la ciudad como destino, es acompañada en la percepción de los actores del sector, por ciertos reparos a la hora de la valoración del "impacto" del emprendimiento en el crecimiento del turismo en la ciudad. En este punto toma relevancia la caracterización que dichos actores elaboran respecto de la clientela de la sala de juegos. Dejando de lado la consideración de los clientes locales

del casino, ¿cómo es caracterizado el cliente foráneo? ¿Se trata de un 'turista'? ¿De qué clase de 'turista'?

Aquí es menester atender a la diversidad de percepciones de los distintos actores involucrados. Para los dueños de alojamientos, los clientes del casino que llegan de otras ciudades son, a la vez, sus potenciales clientes. En ese sentido, el primer punto a tener en cuenta para ellos parece ser si esa gente pernocta o no en la ciudad. Según la percepción del encargado de un hotel inaugurado a fines de la década de 1990, *el casino cambió más el panorama que el puente a Rosario, porque con el puente la gente venía un día para conocer el camino. La gente que viene al casino se suele quedar dos días*. El 'pasajero' que llega para ir al casino tiene, según la descripción que de él hacen quienes son propietarios o trabajan en alojamientos, sus características propias. Si se trata de un hotel es un pasajero que no pasa allí demasiado tiempo. El mismo encargado describe a esos clientes como personas que sólo pasan por el hotel unas horas por día (o noche), para dormir antes de volver al casino: *"el que viene a jugar, viene a jugar"*. Tampoco es un cliente típico del 'turismo de cabañas', según la dueña de un complejo de esa clase. Esos clientes se caracterizan justamente por pasar tiempo en el alojamiento (que, generalmente ofrece parques, piscina, parrillas, etc.). Así, si bien el cliente foráneo del casino no deja de ser calificado como 'turista', es concebido como un turista con características específicas.

Pero para aquellos que tienen otro tipo de relación con el turismo, para quienes ofrecen otros servicios, la cuestión parece presentar matices diferentes. Es el caso de los artesanos de la plaza principal que dependen para sus ventas de que los visitantes paseen 'por la ciudad', lo cual significa para ellos 'por el centro histórico'. En palabras de una artesana, *el casino, cambió y no la realidad del turismo en la ciudad en tanto que el que viene a jugar, viene a jugar*. Al mismo criterio apela el propietario de una agencia de turismo local al distinguir al "turista jugador" del "turista real". Sólo a la segunda categoría pertenecerían quienes contratan los servicios de city tours ofrecidos por su agencia.

CONSIDERACIONES FINALES

La posibilidad de seguir y analizar en un caso específico el proceso según el cual una ciudad comienza a ser pensada y practicada como destino turístico, permite iluminar algunos aspectos relevantes para la comprensión del turismo, sus causas y sus efectos. En el caso de Victoria, se trata de una ciudad que desde el punto de vista de sus propios habitantes, se encuentra en un momento de transformación del cual el turismo forma parte: por un lado, el crecimiento de la actividad se considera una de las consecuencias directas de la apertura del puente con Rosario; por el otro, ese crecimiento del turismo que la obra vial permitió, genera sus propios efectos.

Fue pensando en el anhelado puente Victoria-Rosario, que un grupo de empresarios locales proyectó la creación del gran hotel-casino. La obra vial, se constituía en la condición *sine qua non*

para que la inversión tuviera sentido. Como se mostró en este artículo, el proceso de instalación de ese gran emprendimiento turístico, el primero en la ciudad, demoró más de lo que sus promotores hubieran deseado y estuvo plagado de 'inconvenientes'. En ese camino marcado por idas y vueltas estuvieron involucrados como protagonistas: empresarios, legisladores, funcionarios municipales y provinciales y hasta el propio gobernador. Los empresarios estaban dispuestos a invertir, pero para eso tenían que vincularse necesariamente con la Municipalidad, que era la encargada del otorgamiento de los permisos correspondientes. Pero además se sumaba el hecho de que el complejo ocuparía tierras públicas de las que había que lograr la concesión. Que el proyecto involucrara un casino generó la obligada participación en las negociaciones del estado provincial a través del IAFAS. Sin embargo, llegado un punto de las negociaciones, según como fuera interpretado, fue el gobernador el único que pudo 'destrabar' el conflicto.

Tal como lo han sugerido Herzfeld (1991) y Morris (2005), para analizar cómo una ciudad es socialmente construida como turística resulta imprescindible atender a la multiplicidad de actores involucrados, a sus interrelaciones y a sus posibilidades diferenciales de acción. En el caso aquí tratado, el seguimiento de las negociaciones que tuvieron lugar durante los cuatro años que separaron el comienzo de las obras del hotel de la inauguración del casino, lleva a atender al carácter activo de las personas involucradas y a la complejidad de las relaciones establecidas entre actores locales y extra locales permitiendo trascender la visión de las sociedades receptoras como cerradas y homogéneas.

Una vez instalado el complejo, se empezarían a sentir sus consecuencias dando lugar principalmente, a debates en torno a los costos y beneficios de la apertura de la sala de juegos. En este punto la cuestión se presenta en términos de consecuencias 'positivas' y 'negativas' que son diversamente ponderadas; diversidad que desafía lecturas simplistas al respecto. Por su parte, la cuestión de los clientes 'foráneos' del casino remite a la existencia de una heterogeneidad de modos de categorizar y valorar a quienes llegan a Victoria para asistir al mismo. Mientras que para la mayor parte de la población el asunto de si sus clientes foráneos merecen o no ser llamados 'turistas' no tiene la menor relevancia, es un tema que sí convoca a la reflexión a quienes tienen una vinculación directa con el sector y que los lleva a desplegar criterios particulares de clasificación no sólo de "turistas" y "no turistas" sino además de distintas clases de "turistas" diferenciados por sus prácticas y demandas de servicios.

En un campo de estudio en el que abundan las taxonomías, un enfoque etnográfico que llame la atención sobre las clasificaciones elaboradas por los propios actores sobre sus sentidos y usos puede colaborar a la complejización de la comprensión del fenómeno turístico en la medida en que lo que dichas categorizaciones reflejan son distintas concepciones que entran en juego en las disputas de sentido respecto de cuál es el tipo de turismo 'deseable' para la ciudad y qué tipo de 'destino' debería ser Victoria.

En suma, el trabajo etnográfico centrado en el examen de las perspectivas nativas permite colaborar en la superación de una mirada del turismo como fenómeno externo impactando en 'sociedades receptoras' idealizadas y homogeneizadas mediante el análisis de un proceso efectivo de 'transformación' de una localidad en 'destino turístico' que revela la existencia de una diversidad de actores diferencialmente posicionados con modos particulares de representarse y actuar dicho proceso.

Agradecimiento: El trabajo de campo en que se basa este artículo estuvo financiado por el PICT 25348 y por el UBACyT F045 dirigidos por Mauricio Boivin. Asimismo, se pudo realizar la investigación gracias a la beca de doctorado que bajo la dirección de Fernando Balbi brindara el CONICET a la autora en 2007. Se agradece la guía de Ana Rosato y los diálogos permanentes con los compañeros del GIAPER Samanta Doudthitzky, Laura Ferrero, Julieta Gaztañaga y Adrián Koberwein. También se agradece a Mercedes Pico, Natalia Castelnuevo, Fernando Balbi y Laura Ferrero las dedicadas lecturas críticas sobre este artículo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anadón, C. A. & Murature de Badaracco, M.** (1985) "Historia de La Matanza-Victoria". Editorial T.A.P.A.S., Córdoba
- Balbi, F. A.** (2010) "¿«...su visión de su mundo»? Reflexiones en torno de las definiciones y las prácticas de investigación de la etnografía 'clásica'". Actas de VI Jornadas de Etnografía y Métodos Cualitativos, IDES, agosto
- Balbi, F. A.** (2007) "De leales, desleales y traidores. Valor moral y concepción de política en el peronismo". Giaper-Antropofagia, Buenos Aires
- Barretto, M.** (2009) "Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas". Asociación Canaria de Antropología y Pasos, Colección Pasos Edita N°1, Tenerife
- Boivin, M. & Rosato, A.** (2003) "Crisis, reciprocidad y dominación". En: Boivin, M., A. Rosato y V. Arribas (Eds.) Constructores de Otredad. Una introducción a la antropología social y cultural. Eudeba, Buenos Aires, pp. 245-254
- Gaztañaga, J.** (2007) "Un puente desde un solo lado. Etnografía del proceso social de producción de consenso en torno a la construcción del Puente Victoria-Rosario". Giaper-Antropofagia, Buenos Aires
- Herzfeld, M.** (1991) "A place in history. Social and monumental time in a Cretan town". Princeton University Press, New Jersey
- Hyland, S.** (1997) "Tourism in the Lower Mississippi Delta: Whose Field of Dreams?" En: Chambers, E. (Ed.) Tourism and Culture, an Applied Perspective. SUNY, New York
- Jafari, J.** (2005) "El turismo como disciplina científica". Política y Sociedad, 42(1): 39-56
- Jafari, J.** (1994) "La cientifización del turismo". Estudios y Perspectivas en Turismo, 3(1): 7-36
- La ciudad de las siete colinas** (1979) Ediciones Después del Túnel, Paraná, Entre Ríos
- Lanfant, M.** (1995) "Introduction". En: Lanfant, M.F, J.B Allcock y E.M. Bruner (Eds.): International Tourism. Identity and Change. Sage, Thousand Oaks, California, pp. 1-23

Lima, M. (2008) "Industria turística victoriense. Análisis económico período 1998-2007". Tesina, Universidad del Centro Educativo Latinoamericano, Inédita, Rosario

Morris, M. (2005) "Life as a tourist object in Australia". En: Lanfant, M.F, J.B Allcock y E.M. Bruner (Eds.) International Tourism. Identity and change. Sage, Thousand Oaks, California, pp. 177-191

Nogués Pedregal, A. M. (2009) "Genealogía de la difícil relación entre antropología social y turismo". Pasos, 7(1): 43-56

Paralelo 32 "Semanario de Edición Victoria" - Nogoyá. Ejemplares de los años 2001 a 2005

Steil, C. (2006) "Antropologia do turismo. Comunidade e desterritorialização". En: Peralta, E. y Anico, M. (Org.) Patrimónios e Identidades. Ficções contemporâneas. Celta Editora, Oeiras, pp. 163-170

Recibido el 13 de marzo de 2011

Correcciones recibidas el 19 de abril de 2011

Aceptado el 30 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

LA PERCEPCIÓN DEL RIESGO EN LOS TURISTAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA

Una propuesta de abordaje específico

Jarlene Rodrigues Reis*
CEFET/RJ – UnED
Petrópolis - BRASIL

Resumen: En el ámbito de la investigación científica del turismo, existen peculiaridades a ser investigadas en lo que respecta al riesgo percibido al consumir un producto turístico. Como afirman Reichel, Fuchs & Uriely (2007), esos riesgos no dependen sólo de la información difundida sobre un destino turístico sino también de las características individuales de los turistas. Este artículo destaca la necesidad de un abordaje específico para analizar los riesgos percibidos en los turistas con discapacidad física. El objetivo consistió en identificar los elementos generadores de riesgo percibido entre esos turistas los cuales pueden ser resumidos en las siguientes categorías: adaptación de servicios y equipamientos turísticos, tipo de discapacidad física del turista, estructura urbana de la localidad, servicios ofrecidos a las personas con discapacidad física y uso de beneficios reservados a los discapacitados. Lo dicho por los entrevistados demuestra la relevancia de esos atributos como elementos de diferenciación de la percepción de riesgo de los turistas con discapacidad física. Se afirma, por lo tanto, que este trabajo realiza una contribución significativa para comprender la percepción y la experiencia turística de las personas con discapacidad física, proponiendo un abordaje que asocia la percepción de riesgo con los atributos considerados relevantes por las personas con discapacidad.

PALABRAS CLAVE: riesgo percibido, turistas con discapacidad física, atributos generadores de riesgo percibido.

Abstract: *Perceived Risk between Disabled Tourists. A Specific Approach Proposition.* In scientific research in tourism, there are quirks to be investigated when it comes to the perceived risk by consuming a tourism product. As stated by Reichel, Uriely & Fuchs (2007), these risks do not rely solely on information given about a tourist destination but also the individual characteristics of tourists. This article draws attention to the need for a specific approach when analyzing the perceived risks between disabled tourists. The aim was the identification of generating elements of perceived risk among these tourists, which can be summarized in the following categories: adaptation of services and tourist facilities, type of disability of the subject, structure of urban location, services offered to disabled people and use of benefits reserved for disabled people. The statements of the respondents demonstrated the great importance of these attributes as elements of differentiation in the risk perception of tourists disabled. It is believed therefore that this work can provide a significant

* Magíster en Administración por la Universidad Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, Brasil; y se desempeña como docente del Carrera Superior de Tecnología en Gestión de Turismo del CEFET/RJ – UnED (Centro Federal de Educación Tecnológica Celso Suckow da Fonseca – Unidad Descentralizada de Petrópolis), Petrópolis, Brasil. E-mail: jarlenerodrigues@yahoo.com.br.

contribution to the understanding and perceptions of the tourist experience of disabled people, and proposes an approach that links risk perceptions and attributes considered relevant to the disabled.

KEY WORDS: *perceived risk, disabled tourists, attributes that generate perceived risks.*

INTRODUCCIÓN

Un viaje puede representar riesgos significativos por tratarse de un producto de alto compromiso por parte del consumidor. Si bien visitar nuevos lugares es excitante porque proporciona contacto con lo diferente, ese aspecto del viaje es justamente el mayor generador de ansiedad y aprensión al momento de elegir un destino. Al escoger un viaje, el futuro turista se enfrenta al conflicto entre la seducción y la amenaza suscitadas por lo desconocido.

En ese sentido, la percepción de riesgo cobra importancia como elemento influyente en las elecciones relacionadas con el consumo turístico. La idea de *riesgo*, en ese contexto, está relacionada con las *probabilidades cognitivas de sufrir daños parciales o totales, o de experimentar consecuencias negativas inesperadas* (Korstanje, 2009).

Cuando se analizan los riesgos percibidos se observa que no siempre corresponden a riesgos reales. Un consumidor puede percibir riesgos inexistentes en la realidad y esa percepción va a influir su comportamiento. Por otro lado, un riesgo no percibido aún siendo real no afecta la elección del consumidor (Reichel, Fuchs & Uriely, 2007).

Teniendo en cuenta la importancia de las limitaciones y restricciones de un turista con discapacidad física, su percepción durante un viaje puede presentar características diferentes a las comúnmente observadas en el turismo de masas. Así como otros elementos de la experiencia turística, el riesgo percibido también puede ser influido por las características personales y las especificidades del viaje. De esa forma, la percepción de riesgo de un turista con discapacidad merece estudios específicos debido a sus peculiaridades y la diversidad de factores que pueden representar un “riesgo” asociado a determinado destino turístico.

A partir de este contexto, el artículo se propone investigar las relaciones entre discapacidad física y percepción de riesgo en los discapacitados físicos durante un viaje. Partiendo de la hipótesis de que las limitaciones experimentadas por un discapacitado físico durante un viaje desempeñan un rol decisivo como influyentes del riesgo percibido, se pretende identificar los atributos que originan dichas percepciones en los turistas con discapacidad física. Así, se realizó una serie de entrevistas semi-estructuradas en grupos focales con turistas con discapacidad física con el objetivo de investigar en profundidad los aspectos relacionados con sus percepciones de riesgo cuando eligen un viaje.

A los fines de este estudio, serán consideradas sólo las personas con *discapacidad física*, definida por la Organización Mundial de la Salud como la *alteración completa o parcial de uno o más segmentos del cuerpo humano, comprometiendo las funciones físicas* (OMS, 1989). Así se delimitan los riesgos percibidos en relación a las discapacidades físicas como parálisis, ausencia de miembros y movilidad reducida.

El conocimiento de la percepción de los turistas con discapacidad física no tiene sólo implicaciones teóricas, sino que puede ser muy útil en lo que respecta a la elaboración de políticas públicas y proyectos privados de adaptación y accesibilidad para los discapacitados.

ESTUDIO DEL RIESGO PERCIBIDO

El modelo cognitivo del riesgo percibido fue introducido en el estudio del comportamiento del consumidor por Raymond Bauer en la década de 1960. Muchos autores han contribuido con el tema, procurando explicar las naturalezas del riesgo percibido, los tipos de riesgo y las estrategias empleadas por los consumidores en el sentido de reducir dichos riesgos.

Según Cox (1967), la percepción de riesgo asociada a una decisión de consumo surge a partir de cualquiera de los tres elementos siguientes: 1) incertidumbre sobre las metas a ser alcanzadas con la compra; 2) posibles consecuencias adversas en el caso de que la compra sea hecha o no; 3) las opciones que mejor satisfacen los objetivos de la compra. Por lo tanto se observa que las incertidumbres inherentes al proceso decisivo se dan en virtud de la imposibilidad de prever con precisión sus consecuencias. El riesgo percibido puede ser entendido como el temor de que las expectativas en relación a un producto o servicio no sean satisfechas en algún aspecto, pudiendo tener consecuencias indeseables para el consumidor.

El riesgo percibido influye sobre la elección debido a la intención del consumidor de evitar las pérdidas causadas por fallas relativas al proceso de compra, lo que lo lleva a dimensionar el resultado deseado a partir de la información disponible sobre un producto (Yates, 1992). De esa forma el consumidor al elegir tiene en cuenta los riesgos que asocia al producto pudiendo evitarlos, asumirlos o reducirlos al máximo.

En una decisión de consumo turístico pueden surgir diversos elementos causantes de riesgo percibido como información sobre el clima, la estructura y los precios de la localidad a ser seleccionada. Diversos estudiosos han establecido al riesgo percibido como determinante para los patrones de visitas en muchos destinos turísticos. Para Sönmez & Graefe (1998), las personas que poseen un elevado grado de percepción del riesgo asociado por ejemplo al terrorismo evitarían visitar Medio Oriente y África. Según esos autores más allá de las preferencias individuales, de la proximidad geográfica a algunos destinos y de la disponibilidad económica los estudios sobre motivación turística deben incluir el riesgo percibido como elemento crucial en la decisión.

Tradicionalmente los tipos de riesgo percibido establecidos por los estudiosos son el económico (Mowen & Minor, 2003), el físico (Jacoby & Kaplan, 1972), el de pérdida de tiempo (Roselius, 1971), el de costo de oportunidades (Zikmund & Scott, 1974), el de desempeño (Cox, 1967), el psicológico y el social (Jacoby & Kaplan, 1972).

Más allá de que ha sido ampliamente utilizada en los estudios sobre el comportamiento del consumidor, esa tipología es criticada por Zikmund & Scott (1974), quienes proponen un abordaje multivariado para estudiar el riesgo percibido. El abordaje propuesto por los autores se base en las percepciones más específicas del riesgo, permitiendo conocer más a fondo las características de los grupos de consumidores.

Los consumidores evalúan productos en base a un número reducido de atributos principales, donde cada uno de ellos representa una fuente potencial de riesgo. Descomponer el riesgo percibido en componentes específicos del producto en cuestión, proporciona más información sobre por qué un consumidor percibe los riesgos, que la medición de riesgo social o rendimiento. (Zimund & Scott, 1974: 410).

Para Zikmund & Scott (1974) ese abordaje multivariado provee más información sobre los atributos de un producto que son considerados de mayor riesgo por un grupo de consumidores. De esa forma, en vez de relacionar niveles personales de percepción de riesgo y fuentes de información preferidas, esa perspectiva busca información sobre los atributos generadores del riesgo percibido.

El abordaje de Zikmund & Scott (1974) coincide con lo que proponen Reichel, Fuchs & Uriely (2007). Al estudiar el riesgo percibido, los autores destacan la influencia de factores como la nacionalidad, la experiencia previa como turista, el género y el gusto por lo novedoso y la aventura. Según Cavinato & Cuckovich (1992), en el caso específico de los turistas con discapacidad física además de la información específica sobre el destino a visitar, la decisión del turista con discapacidad también está orientada por la naturaleza de las limitaciones que posee. En ese sentido se puede afirmar que existen especificidades cuando se analizan los tipos de riesgo percibido en la decisión de consumo turístico de una persona con discapacidad física pues en esos casos existen diferentes límites, exigencias y niveles de tolerancia relativas a la calidad y al tipo de productos y servicios a ser utilizados.

TURISMO Y RIESGO PERCIBIDO

En los últimos años, el riesgo asumió un importante rol en la planificación y en los estudios sobre el turismo internacional. Los turistas tienden a evitar destinos en los que perciben mayores riesgos, y escogen los que consideran más seguros (Qi *et al*, 2009).

En su análisis sobre el comportamiento del turista, Manrai & Manrai (2009) identifican dos aspectos (o tendencias) que influyen sobre la decisión de viajar (el aspecto “sí” y el aspecto “no”). En el aspecto positivo pesan factores como los posibles beneficios del viaje, las necesidades personales y los incentivos para viajar. *En el aspecto ‘no’ puede haber restricciones personales, sociales o económicas, que pueden ser relacionadas al riesgo y a la seguridad de un viaje, y el individuo puede estar ansioso, etc.* (Manrai & Manrai, 2009: 7).

Para Manrai & Manrai, por lo tanto, la percepción del riesgo asociada a un viaje afecta la conciencia del turista acerca de su seguridad y genera sentimientos de ansiedad. Para reducir esos sentimientos negativos, se utilizan medios para minimizar los riesgos percibidos. *La dimensión en la cual un turista emplea comportamientos de reducción del riesgo es una función de sus características personales y psicológicas, así como de orientación cultural* (Manrai & Manrai, 2009: 15-16). Quienes eligen un producto turístico basándose en las diferentes características de un destino pueden asociar a ese lugar más o menos riesgos.

Mientras en los últimos años, el riesgo ha sido ampliamente asociado a la amenaza de terrorismo, el riesgo relacionado con los viajes puede estar asociado con un número de factores que incluyen la inestabilidad política, los riesgos de enfermedades, crímenes, violencia, guerras, desastres naturales y terrorismo en el destino o cerca de él (Qi et al, 2009:44).

Además de los elementos del destino a ser elegido, la percepción del riesgo también es influenciada por características personales como por ejemplo las experiencias previas como viajero, la etapa de la vida, el género, la nacionalidad, la educación, la clase social, las características de la personalidad, la búsqueda de ciertas sensaciones y la propensión a algunos tipos de experiencias. Mientras algunos turistas son atraídos por las situaciones de riesgo, otros procuran evitarlas (Qi et al, 2009). En la práctica de algunas modalidades, como el turismo aventura, es común que el riesgo forme parte del atractivo visitado, funcionando como motivador y no como amenaza para quien participa de sus actividades (Dickson & Dolnicar, 2004).

Algunos investigadores procuraran identificar los tipos de riesgos asociados a la práctica del turismo. Sonmez & Graefe (1998) enumeran diez categorías de riesgos relacionados con el turismo internacional:

1. *Funcional*: relacionado a problemas mecánicos, organizacionales y de equipamientos;
2. *Económico*: temor de que la experiencia no sea compatible con el valor pagado;
3. *Salud*: posibilidad de contraer enfermedades;
4. *Físico*: peligro o amenaza a la integridad física;
5. *Inestabilidad política*: quedar involucrado en un ámbito de agitación política;
6. *Psicológico*: decepción con la experiencia turística;
7. *Satisfacción*: insatisfacción con la experiencia;

8. *Social*: desaprobación del destino elegido por parte del grupo social de referencia;
9. *Terrorismo*: estar en lugares con riesgo de ataques terroristas;
10. *Tiempo*: amenaza de sentir que se perdió el tiempo con el viaje.

Las contribuciones teóricas de los estudiosos del turismo sobre el riesgo percibido en los viajes fueron resumidas por Maximiliano Korstanje (2009) en el artículo "Re-visiting risk perception theory in the contexto of travel". En su análisis, el autor identificó algunos puntos principales de investigación sobre el riesgo percibido en los viajes, como el tipo de viaje y la nacionalidad del turista. Algunas publicaciones apuntaron a los turistas de negocios como individuos con una percepción de riesgo menor que las personas que viajan por placer (Dominguez, Burguette & Bernard, citados por Korstanje, 2009). En otros estudios, los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos aparecen como que influyen en mayor medida en la percepción de riesgo mayor en los estadounidenses en comparación con turistas de otras nacionalidades (Sacket & Botterill citados por Korstanje, 2009; Reichel, Fuchs & Uriely, 2007). El mismo autor critica los métodos y abordajes empleados por los investigadores que se dedicaron al estudio del riesgo percibido en los turistas después de los atentados del 11 de septiembre de 2001 (Korstanje, 2010).

En un estudio exploratorio sobre la percepción del riesgo de los turistas que visitan Israel, Fuchs & Reichel (2006) encontraron diferencias entre las categorías de riesgo percibido derivadas de las teorías del comportamiento del consumidor y los resultados obtenidos durante su investigación empírica. Los autores identificaron, de esa forma seis dimensiones de percepción de riesgo en los turistas que visitan Israel: *riesgos provocados por el hombre, económico, de calidad del servicio, socio-psicológico, de desastres naturales y accidentes de auto, de problemas de seguridad alimentaria, y del clima* (Fuchs & Reichel, 2006).

El análisis de la bibliografía sobre el tema revela el interés creciente por el estudio del riesgo percibido en los segmentos específicos, considerando la influencia de la nacionalidad y de las características personales en la percepción del turista (Reichel, Fuchs & Uriely, 2007). A pesar de todo, el estudio del riesgo percibido en los turistas con discapacidad física permanece inexplorado en el campo teórico del turismo siendo necesario un abordaje que considere las relaciones entre esa percepción y las limitaciones características de las deficiencias físicas.

PERCEPCIÓN DEL RIESGO EN LOS TURISTAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA

Con la intención de investigar los atributos generadores de riesgo percibido en los turistas con discapacidad física, se realizó un estudio de campo, de carácter cualitativo, dividido en dos etapas de recolección de datos. Durante la primera etapa se realizaron diez entrevistas semi-estructuradas a personas con discapacidad física que afirmaron viajar con frecuencia. La segunda etapa consistió en la realización de tres grupos focales con el objetivo de profundizar algunos temas abordados en las

entrevistas, ampliando el debate y promoviendo la interacción entre los participantes. Durante esta etapa se entrevistaron catorce personas con discapacidad física.

El criterio no probabilístico de la muestra se fundamenta por los objetivos de la investigación, siendo la recolección de datos realizada por el criterio de conveniencia. Según Vergara (2000) el uso de ese criterio lleva a seleccionar los elementos a ser investigados de acuerdo con la facilidad de acceso a ellos en detrimento de cualquier procedimiento estadístico. En ese contexto, la información no es tratada en términos numéricos sino de acuerdo con criterios cualitativos de análisis, lo que exige cuidado en lo que se refiere a la generalización de los resultados.

La recolección de datos fue realizada entre agosto de 2010 y febrero de 2011, con personas con discapacidad física de las ciudades de Rio de Janeiro, Niterói y Petrópolis, en el Estado de Rio de Janeiro, y de la ciudad de Paraisópolis, al sur del Estado de Minas Gerais. La selección de los entrevistados fue indicada por dos asociaciones ligadas a los discapacitados físicos: la Asociación Niteroiense de los Discapacitados Físicos (ANDEF) y la Asociación Pro Discapacitados de Petrópolis. La existencia de una discapacidad física, así como las experiencias preliminares en viajes y turismo, fueron los elementos considerados para la selección de los entrevistados. Los discapacitados físicos participantes del estudio viajaron al menos dos veces en los últimos dos años. El número de entrevistados fue definido por medio de la saturación de las respuestas obtenidas.

Durante las entrevistas y los grupos focales, los participantes eran motivados a hablar sobre todo lo que consideraban como amenazas o preocupaciones cuando pretendían realizar un viaje. Las charlas fueron transcritas y los datos fueron analizados con el empleo de técnicas de análisis de contenido.

Los resultados permitieron identificar las categorías de riesgo percibido más relevantes en los sujetos de investigación. En ese análisis se utilizaron los tipos de riesgo encontrados en la literatura sobre el comportamiento del consumidor. De esa forma, se constató la importancia de las siguientes categorías de riesgo percibido en las personas con discapacidad física entrevistadas:

1. *Riesgo de desempeño / riesgo físico*: el riesgo de desempeño representa para los entrevistados la preocupación por el hecho de que el lugar no esté bien preparado para recibir a las personas con discapacidad física, tanto en lo que respecta a la adaptación física y la accesibilidad, como en lo que se refiere a la preparación de profesionales del sector de viajes y turismo para atender a los discapacitados. La mayoría de las personas con discapacidad física dijeron que la primera preocupación referente a un viaje se relaciona con la necesidad de verificar las condiciones de accesibilidad y adaptación. Se percibió una fuerte asociación entre el riesgo de desempeño y el riesgo físico en el discurso de los entrevistados. El riesgo físico es descrito por los estudiosos del comportamiento del consumidor como la percepción de que algo puede amenazar la seguridad y la integridad física del consumidor (Roselius, 1971).

El análisis de los datos demostró que para los entrevistados, si durante un viaje no se encontraron condiciones adecuadas al confort y la locomoción de las personas con discapacidad física (o sea, si el destino no presenta el desempeño esperado), eso puede acarrear daños físicos como dolores, cansancio, incomodidad y dificultades para la higiene personal. Los discursos analizados dejaron claro que la preocupación es la misma siendo indisociables en la percepción de los entrevistados el riesgo de desempeño y el riesgo físico.

Es eso, de todos modos... si veo que va a ser muy difícil para mí, no es suficiente. Si no voy a tener... ya sea un cuarto, dispuesto a medias, que no está adaptado, un cuarto que no va a "dar" para quedarse... aunque la ciudad sea la más antigua, histórica, llena de adoquines; si la ciudad no tiene rampas, no tiene nada, ¿qué voy a hacer en un lugar así?" (Hombre parapléjico)

Yo creo que el mayor problema es el transporte a los lugares, y bueno... no se da acceso a las personas... (Mujer con monoparesia).

En diversas ocasiones los participantes demostraron que la alta percepción del riesgo de desempeño / riesgo físico los lleva a eliminar algunos tipos de destinos turísticos de los planes para futuros viajes.

2. *Riesgo económico*: para los entrevistados el riesgo económico fue asociado principalmente al temor de gastar más de lo planeado durante el viaje, así como la imposibilidad de gastar el dinero necesario para el usufructo de equipamientos y servicios considerados adecuados para las personas con discapacidad física.

[...] a veces usted llama y el lugar no está adaptado pero usted conversa y ve que da para ir... y tiene un precio normal, pero generalmente el hotel que tiene los cuartos adaptados, es más caro. Ellos no tienen cuartos standard, tienen el cuarto de lujo adaptado. No tienen todas las categorías, generalmente es más caro. (Hombre parapléjico)

Se puede inferir que la percepción del riesgo económico en los participantes del estudio estaba influenciada por el ingreso, por la motivación de los viajes realizados y por la necesidad de las adaptaciones adecuadas.

3. *Riesgo de pérdida de tiempo*: el riesgo de pérdida de tiempo es percibido por los entrevistados como el temor de no tener cómo disfrutar de los atractivos y servicios turísticos en el destino a ser visitado. De esa forma la posibilidad de ir a ciertos lugares es vista como una pérdida de tiempo ya que la persona con discapacidad física no tendría posibilidades para divertirse y moverse del modo deseado.

Yo, con certeza, sé que no me arriesgo a ir a ciertos lugares, porque, primero, va ser difícil para mí llegar allá y segundo que no voy a tener qué hacer, si el personal me llama para hacer un recorrido en Itatiaia... yo sé que no da y no voy. (Hombre parapléjico, Grupo G3)

4. *Riesgo de problemas de salud:* la posibilidad de ser contagiado y contraer una enfermedad durante un viaje representa una preocupación para buena parte de los entrevistados. Algunos afirmaron, inclusive, que tenían la costumbre de llevar medicamentos en la valija como forma de prevención. En algunos casos esa percepción de riesgo fue relacionada con la fragilidad de la salud del propio discapacitado físico que demanda mayores cuidados en relación a la alimentación.

Sí, en cuanto a la alimentación... las personas tienen que estar siempre... el discapacitado tiene que tener siempre bastante cuidado con lo que come... el organismo es más sensible... (Hombre con triplejia)

Ah sí, yo soy medio problemática, por eso tengo miedo. Si me sucede algo así, no sé lo que haría, lejos, sola, sin cobertura médica... (Mujer con monoparesia)

Otros tipos de riesgo percibido como el psicológico, el riesgo de inestabilidad política y el riesgo social fueron considerados poco relevantes por los entrevistados. Esto se debe al tipo de viaje que acostumbran realizar; normalmente los desplazamientos se dan en lugares conocidos y visitados repetidas veces dentro del propio país lo que minimiza, por ejemplo, la percepción del riesgo de inestabilidad política. En cuanto al riesgo social y al riesgo psicológico, dichas categorías presentan gran complejidad para su identificación y medición. Siendo el riesgo social referente a la búsqueda de aprobación del grupo de referencia, difícilmente se manifieste por medio de declaraciones directas sino que será más fácilmente identificado por medio del estudio de los hábitos de consumo turístico de una forma más amplia e indirecta. En lo que respecta al riesgo psicológico, en la práctica su identificación se muestra extremadamente compleja debido, entre otros factores, a la fuerte connotación positiva asumida por los viajes en el imaginario de buena parte de las personas. La simple posibilidad de viajar significa para muchos algo intrínsecamente bueno, que valdrá la pena que suceda.

Por otro lado, los datos revelaron la importancia de los tipos de riesgo percibido no encontrados en las clasificaciones de riesgo de las teorías del comportamiento del consumidor. El análisis demostró que esos tipos poseen gran influencia en las decisiones del consumo turístico de las personas con discapacidad física entrevistadas. Se pueden resumir en los siguientes tópicos:

5. *Riesgo de ser víctima de prejuicios:* Se hizo referencia al temor de sufrir un trato prejuicioso por el hecho de ser discapacitado físico. Hay que destacar el hecho de haber sido el prejuicio la categoría más citada por los entrevistados, después del riesgo de desempeño. Algunos asociaron al

prejuicio con los problemas en la atención y la falta de estructuras adaptadas; y otros citaron la falta de educación de las personas como la principal causa.

Creo que a la sociedad le falta saber enfrentarse a la discapacidad... la gente no sabe lidiar con eso, se quedan mirando y no saben qué hacer, sienten curiosidad porque no entienden qué es... (Hombre con monoparesia)

La percepción del riesgo de ser víctima de prejuicios fue asociada, por los entrevistados, tanto a la calidad de la atención en la localidad visitada como a la hospitalidad de los pobladores locales afectando directamente la imagen del destino en la percepción de los entrevistados.

6. *Riesgo de sufrir violencia urbana*: Se optó por presentar esa categoría en una sección independiente, dadas las dificultades para abordar las preguntas referentes a esa percepción en cualquier otro tipo de riesgo percibido existente en las teorías de base. El miedo de sufrir violencia urbana posee diversos aspectos, entre ellos el temor a una agresión física (riesgo físico), a ser asaltado (riesgo económico), y a ser sometido a la sensación de miedo y ansiedad (riesgo psicológico).

... ir a tientes es malo. Me pregunto primero si es un lugar tranquilo, que no tenga mucha violencia, esas cosas... (Mujer con monoparesia)

Sinceramente, lo que más me preocupa es la violencia, pienso mucho en la violencia... porque pasan tantas cosas... Se escuchan tantas cosas, que da miedo salir de casa... Yo pienso "¿Para qué voy a salir de Petrópolis, si estoy tranquila aquí, para correr un riesgo de esos?" (Mujer con monoparesia)

Eu assim, sinceramente, o que eu me preocupo mais é com a violência, eu penso muito na violência... porque tem tanta coisa acontecendo, sabe? A gente ouve falar em tanta coisa, que dá medo de sair de casa... Aí eu penso assim "¿Eu vou sair de Petrópolis, que eu estou tranqüila aqui, pra correr um risco desses?" (Mulher com monoparesia)

Las dificultades para escapar, unidas a las restricciones de la movilidad en algunas personas con discapacidad física fueron citadas en algunas situaciones como agravantes de las preocupaciones por la seguridad urbana. La preocupación por la violencia urbana es considerada un motivo que justifica el hecho de desistir del viaje o la sustitución del destino turístico.

7. *Riesgo de depender de terceros*: la proposición de esa categoría de riesgo percibido como unidad de análisis se debe a la importancia atribuida por algunas personas con discapacidad física al hecho de depender de la ayuda de otras personas para moverse y realizar las tareas. Sin embargo, los entrevistados se consideraron independientes en la mayoría de sus actividades cotidianas; y entre

quienes presentaban limitaciones más severas la posible dependencia de otras personas durante un viaje es percibida como una falta de estímulo, algo que puede llevar a desistir del viaje o desencadenar una serie de otras preocupaciones.

A veces me invitan a salir y tengo que rechazar la invitación porque no da para ir, debido a esto. Porque para que pueda ir tengo que molestar a alguien que tenga un vehículo adecuado... Tengo que decirle cómo llegar, y va a tener que llevarme de un lado para otro... (Hombre con triplejia)

El análisis de los datos recolectados durante las entrevistas y los grupos focales reveló peculiaridades en la percepción de riesgo de los turistas con discapacidad física entrevistados. Por ese motivo, los elementos importantes como el temor a depender de los otros o a sufrir prejuicios no pudieron ser incluidos dentro de las categorías de riesgos preexistentes en las teorías consultadas. De la misma forma, las grandes relaciones como las observadas entre las percepciones de riesgo físico y riesgo de desempeño, diferían de la separación encontrada en las teorías.

En ese sentido, el objetivo de la próxima sección consiste en sistematizar las categorías consideradas relevantes entre los entrevistados, proponiendo un abordaje específico en el estudio del riesgo percibido en los turistas con discapacidad física. Para esto, la organización propuesta se diferencia de las tipologías clásicas de riesgos percibidos, difícilmente adaptables a casos específicos como el estudio del comportamiento de los viajeros con discapacidad física.

PROPUESTA DE UN ABORDAJE BASADO EN LOS ATRIBUTOS

Algunas asociaciones entre tipos de riesgo percibido fueron importantes durante los análisis, como la relación entre el riesgo de desempeño y el riesgo físico. La gran relevancia del bienestar físico y de las estructuras adecuadas, como parámetros de desempeño de un destino turístico para las personas con discapacidad física, torna indisociables las dos categorías en el estudio de las percepciones de riesgo.

Se observó también, conforme lo expuesto durante el análisis, la existencia de relaciones entre el riesgo físico y el riesgo psicológico pues el malestar y el dolor fueron apuntados en algunas entrevistas como elementos que pueden desencadenar una serie de emociones negativas, como decepción e irritación.

Más allá de esas asociaciones, la relevancia de las categorías citadas con frecuencia por los entrevistados llamó la atención, por el hecho de que no estaban presentes en las perspectivas teóricas que dieron base a este trabajo. Vale recordar que las categorías tradicionales del estudio de riesgo percibido incluyen los riesgos físico, económico, social, psicológico, de desempeño (funcional) y de pérdida de tiempo (Roselius, 1971; Cunningham, 1967; Arndt, 1967; Cox, 1967; Newton, 1967). De esa forma, los riesgos de ser víctima de prejuicios, de sufrir violencia urbana y de depender de

terceros fueron incluidos en los análisis por la necesidad de abarcar todos los ítems de los discursos de los entrevistados, pues dichas categorías surgieron espontáneamente en sus charlas.

Hay que resaltar que las relaciones hechas entre las categorías analizadas se basaron en elementos comunes que influyen en más de un tipo de percepción de riesgo. O sea, el miedo a que se frustren las expectativas durante un viaje puede generar tanto la percepción de riesgo psicológico como el temor de haber perdido el tiempo. De forma similar la preocupación por la posible incomodidad física provoca las percepciones de riesgo físico, de riesgo de desempeño y de riesgo psicológico. Esto significa que los entrevistados no manifestaron tipos de riesgos, sino factores que causan preocupaciones de diversos tipos antes de la realización de un viaje.

En ese sentido, dada la necesidad de adaptar las categorías clásicas de riesgos percibidos al estudio de la percepción de los turistas con discapacidad física, se muestra útil el abordaje multivariado propuesto por Zikmund & Scott (1974). Según los autores, el riesgo percibido puede ser descompuesto en componentes específicos de un producto, enfocando el análisis en los atributos que generan percepciones de riesgo. Desde esa perspectiva los atributos generadores de riesgo percibido influyen en la búsqueda de fuentes de información y en la minimización de percepciones de riesgo.

Partiendo de esa hipótesis se procedió a descomponer cada categoría de riesgo percibido en atributos generadores de riesgo que fueran citados por los entrevistados. La identificación de esos atributos está resumida en el Cuadro 1.

Cuadro 1: Atributos generadores de riesgos percibidos

Riesgo de desempeño	Riesgo físico	Riesgo financiero
Adaptación de servicios y equipamientos turísticos Estructura urbana Servicios ofrecidos a las personas con discapacidad física Tipo de discapacidad física Condiciones climáticas	Adaptación de servicios y equipamientos turísticos Estructura urbana Servicios ofrecidos a las personas con discapacidad física Tipo de discapacidad física	Precios elevados Gastos imprevistos Carácter no prioritario de los viajes Poder adquisitivo del visitante Uso de beneficios para personas con discapacidad física
Riesgo de pérdida de tiempo	Riesgo de problemas de salud	Riesgo de ser víctima de prejuicios
Adaptación de servicios y equipamientos turísticos Expectativas no atendidas	Incidencia de epidemias Cambios en la alimentación Propensión a problemas de salud	Hospitalidad local Calidad de la atención Tipo de discapacidad física
Riesgo de sufrir violencia urbana	Riesgo de depender de terceros	
Reputación del lugar Experiencias anteriores negativas	Tipo de discapacidad física Adaptación de servicios y equipamientos turísticos Estructura urbana Servicios ofrecidos a las personas con discapacidad física	

Fuente: Investigación de campo

En el Cuadro 1 se puede observar que existen diversos atributos que se relacionan con diversos tipos de riesgos percibidos, teniendo gran representatividad para las personas con discapacidad física que participaron del estudio. Esos atributos son característicos tanto de las localidades turísticas como de los propios discapacitados físicos, como el tipo de discapacidad física, por ejemplo. Durante el análisis de los datos recolectados, esos elementos se destacaron en los contenidos transcritos, ofreciendo un rico estudio del comportamiento de los discapacitados físicos participantes.

La aplicación de la perspectiva multivariada de Zikmund & Scott (1974) se muestra muy esclarecedora en el estudio del riesgo percibido en los turistas con discapacidad física, ya que permite enfocar el análisis en los elementos causantes de percepción de riesgo; lo que, según los autores, proporciona un conocimiento más amplio acerca del comportamiento de los consumidores en cuestión (Zikmund & Scott, 1974).

De esa forma, cuando se analizan los atributos causantes de riesgo percibido en los entrevistados, surge un número reducido de factores que inducen a la percepción de diversos tipos de riesgo, mientras que otros atributos se asocian a percepciones más específicas, como el riesgo de problemas de salud. Los elementos que se asocian a los diversos tipos de riesgo son:

- 1) Adaptación de servicios y equipamientos turísticos
- 2) Estructura urbana
- 3) Servicios ofrecidos a las personas con discapacidad física
- 4) Tipo de discapacidad física

En el Cuadro 2 se resumen las relaciones entre esos atributos y las percepciones de riesgo influenciadas por ellos.

Cuadro 2: Relaciones entre atributos y riesgos percibidos

Atributo	Riesgo Percibido
Adaptación de servicios y equipamientos turísticos	Riesgo de desempeño Riesgo físico Riesgo de pérdida de tiempo Riesgo de depender de terceros
Tipo de discapacidad física	Riesgo de desempeño Riesgo físico Riesgo de ser víctima de prejuicios Riesgo de depender de terceros
Estructura urbana	Riesgo de desempeño Riesgo físico Riesgo de depender de terceros
Servicios ofrecidos a las personas con discapacidad física	Riesgo de desempeño Riesgo físico Riesgo de depender de terceros

Fuente: Trabajo de campo

Es fácil observar que los cuatro atributos se relacionan con la situación específica de las personas con discapacidad física y sus limitaciones. Esto significa que, en un estudio sobre la percepción del riesgo de los turistas con discapacidad física, los elementos que se relacionan directamente con sus restricciones son más representativos de su comportamiento que las categorías de riesgo encontradas en la teoría. Para Zikmund & Scott (1974: 406), *la medición en términos de atributos es más significativa para los planificadores de marketing, porque relaciona el riesgo con la información específica del producto.*

Los atributos no asociados a la condición específica de los discapacitados físicos son elementos que, en mayor o menor grado, generan percepción del riesgo independientemente de las limitaciones físicas individuales cuando se pretende viajar. De esa forma, la incidencia de epidemias en una localidad, la calidad de la atención y la posibilidad de no tener las expectativas satisfechas normalmente son vistos como factores de preocupación. Por otro lado, la existencia de estructuras adaptadas, por ejemplo, es algo que generalmente no llama la atención de quien no necesita de ellas para moverse y sentirse seguro. A partir de ese análisis, se sugiere que la importancia de esos atributos consiste, por lo tanto, en la posibilidad de comprender el riesgo percibido en términos de las necesidades especiales de las personas con discapacidad física.

Más allá de los atributos destacados, la dificultad para obtener y utilizar algunos beneficios también puede ser citada como una dimensión generadora de riesgo percibido ya que produce preocupación respecto de que los gastos reales superen a los gastos estimados para el viaje. Se pueden resumir, por lo tanto, cinco atributos específicos, que generan percepción de riesgo en diversos niveles, en las personas con discapacidad física entrevistadas:

1) *Adaptación de servicios y equipamientos turísticos*: La existencia de estructuras adaptadas (accesibilidad, etc.) en los atractivos, el hospedaje, el transporte turístico, los bares y restaurantes se reveló como el elemento que más preocupa a las personas con discapacidad física que participaron del estudio originando una serie de tipos de riesgos percibidos. Algunos atractivos son, inclusive, naturalmente considerados inadecuados debido a la falta de adaptación como las actividades de turismo aventura. Es común entre los discapacitados físicos la elección de localidades adecuadas e inadecuadas para visitar en función de sus condiciones de adaptación.

2) *Tipo de discapacidad física del turista*: El tipo de discapacidad y su grado de limitación originan niveles diferentes de percepción del riesgo en los entrevistados. Mientras algunos demuestran poca preocupación por las condiciones del lugar a ser visitado, otros pueden hasta desistir de un viaje si los riesgos son muy altos.

3) *Estructura urbana de la localidad*: Así como en los equipamientos turísticos, es necesario que existan condiciones adecuadas en las calles y otros espacios públicos para que el turista con discapacidad física se sienta confortable y seguro. Las ciudades con relieves muy accidentados y

aceras estrechas y desprovistas de rampas de acceso son comúnmente consideradas por las personas con discapacidad física como un factor de preocupación antes de un viaje.

4) *Servicios ofrecidos a las personas con discapacidad física*: La existencia de servicios específicos como la disponibilidad de acompañantes, valijeros, etc., es algo que preocupa a los discapacitados físicos con limitaciones severas que les impide sostener objetos o moverse de modo autónomo. En algunos relatos, la falta de ayuda en ese sentido fue citada como una preocupación relevante a punto tal de llevarlo a desistir de hacer un viaje.

5) *Uso de beneficios*: Algunas de las personas con discapacidad física entrevistadas contaron la dificultad para obtener o utilizar beneficios, como por ejemplo el pase libre para el transporte terrestre interestatal. Esto dejó claro que este tipo de situaciones genera preocupación respecto de los gastos de un viaje. Ese factor es especialmente importante si se considera que la persona discapacitada, la mayoría de las veces, viaja acompañado de familiares, lo que aumenta la preocupación por los gastos en pasajes, hospedaje, alimentos, entretenimiento, etc.

Hay que destacar que los otros atributos relacionados en el cuadro de categorías de riesgo también son importantes dimensiones de percepción en las personas con discapacidad física. Entretanto, los cinco atributos destacados son los elementos que diferencian la percepción de los turistas con discapacidad física de otros viajeros que no poseen las mismas limitaciones. El abordaje multivariado del estudio percibido se revela como una alternativa capaz de poner de manifiesto, con mayor claridad, las peculiaridades de la percepción de riesgo de los turistas con discapacidad física.

Además de esto, los atributos generadores de riesgo percibido en los turistas con discapacidad física influyen en la elección de estrategias reductoras del riesgo percibido así como en el tipo de información que se busca en cada fuente.

CONSIDERACIONES FINALES

En los estudios sobre turismo, la discapacidad física ha sido comúnmente abordada bajo la perspectiva de la importancia de crear condiciones adecuadas para el acceso y el usufructo de las instalaciones y los atractivos. No raras veces, esas publicaciones asumen una voz militante y de reivindicación de la atención con calidad y considerando las necesidades de las personas con discapacidad física.

Analizando la bibliografía sobre el riesgo percibido en los turistas se identificó la falta de conocimientos e investigaciones en los estudios anteriores referentes a la percepción de riesgo en los turistas con discapacidad física. En base a esto se construyó la propuesta de estudio de este artículo teniendo como objetivo general la identificación de los atributos generadores de riesgo percibido en los turistas con discapacidad física a fin de proponer un abordaje específico para el estudio de la

percepción de riesgo entre esos turistas. Se consideró como parámetro de investigación el modelo teórico del estudio de riesgo percibido concebido por Bauer (1967). El abordaje multivariado de riesgo percibido de Zikmund & Scott (1974) sirvió de base para la propuesta del estudio de riesgo percibido en los turistas con discapacidad física. Desde esa perspectiva son destacados los atributos generadores de percepción de riesgo, considerando su relación con la condición diferenciada de las personas con discapacidad física y con sus necesidades especiales durante un viaje.

Entre los entrevistados fue posible identificar cinco atributos relacionados con la discapacidad física, que son grandes causantes de la percepción de riesgo cuando se decide viajar: 1) adaptación de servicios y equipamientos turísticos; 2) tipo de discapacidad física; 3) estructura urbana de la localidad visitada; 4) servicios ofrecidos a las personas con discapacidad física; 5) uso de beneficios reservados a los discapacitados físicos. Esos atributos están directamente relacionados con el modo en que las personas con discapacidad física procuran minimizar sus percepciones de riesgo.

Las principales contribuciones consolidadas por medio de esta investigación se refieren a la propuesta de la utilización de un abordaje multivariado para el estudio del riesgo percibido en los turistas con discapacidad física, a través del cual sea posible relacionar directamente sus percepciones con las limitaciones de su condición. Los cinco atributos destacados por medio del trabajo de campo permiten identificar claramente cuáles son los elementos que diferencian la percepción de las personas con discapacidad física y la de los turistas que no poseen las mismas restricciones durante un viaje.

Desde el punto de vista de los emprendedores del sector de turismo, el conocimiento de esos atributos es importante para ayudar en la creación de soluciones capaces de atender las necesidades de las personas con discapacidad física, de modo adecuado y diferenciado. Como se trata de un segmento que crece cada vez más y que aún no encuentra muchas opciones dirigidas al mercado turístico, ese grupo de la población parece que tiene un gran potencial inexplorado como viajeros. Además, buena parte de las personas con discapacidad física, según lo dicho por los entrevistados, prefiere viajar en compañía de familiares y amigos, lo que aumenta el número de potenciales turistas que pueden ser atraídos por el ofrecimiento de condiciones adecuadas para las personas con discapacidad física.

El carácter exploratorio del estudio llevó a identificar los atributos generadores de percepción de riesgo en los turistas con discapacidad física en general. Entretanto, la investigación de otras relaciones importantes no forma parte de los objetivos de este estudio, como es el caso de la influencia de la clase social y del ingreso en la percepción de riesgo del turista con discapacidad física. En un futuro, esta temática puede ser el objetivo de nuevas investigaciones.

De la misma forma los estudios de riesgo percibido pueden ser realizados entre otros tipos de discapacitados, como los visuales y auditivos, por ejemplo, con la intención de identificar categorías y

atributos relevantes en cada caso considerándose la especificidad de sus limitaciones. Se pueden establecer importantes relaciones entre los aspectos personales que pueden llevar al discapacitado físico a sentirse atraído o repelido por determinadas percepciones de riesgo, como se ve en el estudio de Dickson & Dolnicar (2004) acerca de la percepción de riesgo entre los practicantes de turismo aventura.

Se reconoce aquí que los métodos utilizados pueden haber sesgado o limitado el análisis realizado. La desarticulación de los movimientos ligados a los discapacitados dificultó, por ejemplo, la inclusión de más personas en la muestra, debido a la dificultad de acceso para las personas con discapacidad física dispuestas a participar del estudio. Además, los criterios de codificación y tratamiento de los datos empleados durante el análisis de contenido dependen en gran parte de las opciones de la investigadora, imposibilitando, en ese sentido, la presentación de un análisis exento de la subjetividad de la autora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arndt, J.** (1967) "Word of mouth advertising and informal communication". In: Cox, D. (ed.). Risk taking and information handling in consumer behavior. Harvard University, Boston: 188-239
- Bauer, R.** (1967) "Consumer behavior as risk taking". In: Cox, D. (ed.). Risk taking and information handling in consumer behavior. Harvard University, Boston: 23-33
- Cavinato, J. L.; Cuckovich, M.** (1992) "Transportation and tourism for the disabled: an assessment". *Transportation Journal*, v. 31 (3): 46-53
- Cox, D. F.** (1967) "Risk handling in consumer behavior – an intensive study of two cases". In: Cox, D. (ed.). Risk taking and information handling in consumer behavior. Harvard University, Boston: 34-81
- Cunningham, S. M.** (1967) "The major dimensions of perceived risk". In: Cox, D. (ed.). Risk taking and information handling in consumer behavior. Harvard University, Boston: 82-108
- Dickson, T.; Dolnicar, S.** (2004) "No risk, no fun: the role of perceived risk in adventure tourism". *Proceedings of the 13th International Research Conference of the Council of Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE)*, University of Wollongong
- Fuchs, G.; Reichel, A.** (2006) "Tourist destination risk perception: the case of Israel". *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(2): 83-108
- Jacoby, J.; Kaplan, L.** (1972) "The components of perceived risk". In: *Proceedings 3rd Annual Conference*. Association for Consumer Research, Chicago: 382-393
- Korstanje, M.** (2009) "Re-visiting risk perception theory in the context of travel". *E-Review of Tourism Research*, 7(4): 68-81
- Korstanje, M.** (2010) "El 11 de septiembre y la teoría de la percepción del riesgo". *Pasos*, 8(2): 389-402.
- Manrai, L. A.; Manrai, A. K.** (2009) "Analysis of tourist behavior: a conceptual framework on Hofstede's cultural dimensions". *Oxford Business & Economics Conference Program*. Oxford University, Oxford

- Mowen, J. C.; Minor, M. S.** (2003) "Comportamento do consumidor". PHB, São Paulo
- Newton, D. A.** (1967) "A marketing communications model for sales management". In: Cox, D. (ed.) Risk taking and information handling in consumer behavior. Harvard University, Boston: 579-602
- OMS - Organização Mundial da Saúde** (1989) "Classificação internacional das deficiências, incapacidades e desvantagens (handicaps): um manual de classificação das conseqüências das doenças". Lisboa
- Qi, C. X.; Gibson, H. J.; Zhang, J. J.** (2009) "Perceptions of risk and travel intentions: the case of China and the Beijing Olympic Games". Journal of Sport & Tourism, 14(1): 43-67
- Reichel, A.; Fuchs, G.; Uriely, N.** (2007) "Perceived risk and the non-institutionalized tourist-role: the case of Israeli student ex-backpackers". Journal of Travel Research, 46: 217-226
- Roselius, T.** (1971) "Consumer rankings of risk reduction methods". Journal of Marketing, 35: 56-71
- Sonmez, S. F.; Graefe, A. R.** (1998) "Determining future travel behavior from past travel experience and perceptions of risk and safety". Journal of Travel Research, 37(2): 171 - 177
- Vergara, S. C.** (2000) "Projetos e relatórios de pesquisa em Administração". Atlas, São Paulo
- Yates, J. F.** (1992) "Risk-taking behavior". John Wiley & Sons, Chechester, UK
- Zikmund, W. G.; Scott, J. E.** (1974) "A multivariate analysis of perceived risk, self-confidence and information sources". Advances in Consumer Research, 1: 406-416

Recibido el 04 de abril de 2011

Correcciones recibidas el 16 de abril de 2011

Aceptado el 24 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

LOS PROCESOS DE MIGRACIÓN DE AMENIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS DE MONTAÑA DEL OESTE CANADIENSE Y DE LA NORPATAGONIA ARGENTINA

Rodrigo González*
Universidad Nacional del
Comahue – Neuquén – Argentina

Resumen: El objetivo de esta propuesta es analizar la experiencia de un conjunto de destinos turísticos de montaña canadienses, concretamente en las provincias de Alberta y British Columbia, que debieron hacer frente a procesos de migración de amenidad y aspectos relacionados al desarrollo turístico sustentable. A través de un estudio comparativo con un conjunto de centros de montaña de la Norpatagonia, pueden constituir antecedentes válidos para la promoción de pautas para el desarrollo local de destinos turísticos de montaña de la Norpatagonia Argentina, habida cuenta de las similitudes que se plantean en los procesos de migración de amenidad como una tendencia global en estos destinos. Se analizan las causas y consecuencias de la crisis de rentabilidad de los destinos de montaña y se indaga en la posibilidad de considerar al turismo como una alternativa de desarrollo económico y social.

PALABRAS CLAVE: migración de amenidad, competitividad sustentable, destinos de montaña de Argentina y Canadá, crisis de rentabilidad.

Abstract: Amenity Migration and Mountain Tourist Destinations competitiveness in Western Canada and Northern Patagonia, Argentina. The purpose of this research proposal is to analyze the experience of a group of Canadian mountain tourist destinations -mainly in the provinces of Alberta and British Columbia- which are facing amenity migration processes through a comparative study with a group of mountain destinations in Argentina's Northern Patagonia in order to promote guidelines for local development of mountain tourist destinations of the Northern Patagonia. These destinations profitability crisis causes and consequences are analyzed as well as the possibilities to consider tourism as a way to ensure social and economic development.

KEY WORDS: Amenity migration, sustainable competitiveness, mountain tourist destinations in Canada and Argentina, profitability crisis.

INTRODUCCIÓN

Las migraciones de amenidad conforman una tendencia social a escala mundial y pueden describirse como la migración de personas desde las grandes metrópolis a ciudades pequeñas o

* Licenciado en Turismo, Profesor Adjunto del área Economía del Turismo de la Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue. Investigador de CEPLADES Turismo, Centro de Estudios para la Planificación y el Desarrollo Sustentable del Turismo. Facultad de Turismo, U.N.Co..Co-Director del proyecto de investigación "Post Turismo y Movilidades. Competitividad sustentable de destinos". Becario del Faculty Research Program, del International Council for Canadian Studies, del Gobierno de Canada (2009) para el desarrollo de la propuesta de Investigación Understanding and managing sustainable competitiveness and amenity led migration in mountain tourist destinations". Email: rodrigo.gonzalez@fatu.uncoma.edu.ar

pueblos en el interior, sobre todo destinos de montaña cuya calidad ambiental y cultural es percibida como superior a la de sus antiguos lugares de residencia. Estas migraciones son una parte de las movilidades -sobre todo de personas y objetos aunque también involucran la movilización relacional de recuerdos, emociones y diversas puestas en escena- que promueve el desarrollo turístico. Los centros turísticos de montaña son lugares de destinos de migraciones de amenidad en todo el mundo. En estos procesos pueden identificarse patrones globales migratorios que derivan en conductas y en situaciones de crecimiento descontrolado de muchos destinos turísticos de montaña, lo que lleva a la necesidad de definir estrategias que al tiempo que minimicen los impactos negativos de la migración de amenidad, pueda potenciar sus posibles beneficios en términos de desarrollo económico local.

A partir de la evidencia que muchos de los efectos de la migración de amenidad conforman tendencias globales que tienden a reproducirse -aún con características diferenciadas- en los centros de montaña argentinos y de haber identificado muchos de estos efectos en procesos de migración de amenidad en comunidades de montaña del Oeste Canadiense, resulta por tanto relevante conocer cómo se dan estos procesos en los destinos de la Patagonia Norte indagando en los procesos que originan estas migraciones, en las formas que pueden o podrían adoptar, así como en las incidencias económicas, sociales y culturales en las comunidades receptoras en nuestro país.

El objetivo de este trabajo es analizar la experiencia de un conjunto de destinos turísticos de montaña canadienses en las provincias de Alberta y British Columbia que debieron hacer frente a procesos de migración de amenidad y que conforman antecedentes válidos para la promoción de pautas para el desarrollo local de destinos turísticos de montaña de la Patagonia Norte argentina, habida cuenta de las similitudes que se plantean en estos procesos como una tendencia global en estos destinos.

ENCUADRE TEORICO

Las movilidades del turismo y la migración de amenidad

Las movilidades que implica el desarrollo turístico entrañan una serie de riesgos para las comunidades receptoras en términos de cambios culturales, paisajísticos, y medioambientales. La aparente *muerte de las distancias* (Bauman, 2000, citado por Sheller & Urry, 2004: 4) como una de las características esenciales de la modernidad líquida, hace a un carácter global de las movilidades del turismo. Los destinos turísticos, y en este caso los destinos de montaña, son lugares que se ponen en juego para un responder a una oferta global. La migración por amenidad es así un agente de cambio global que tiene especial efecto en los parajes rurales o pueblos más pequeños (Glorioso & Moss, 2006: 83). Este fenómeno migratorio es una *migración inversa* de la ciudad al campo; los sujetos de este proceso son en muchos casos personas que, habiendo sido turistas en un

determinado destino, deciden regresar a él ya no para visitarlo, sino para constituirse en habitantes del mismo (Nakayama et al, 2005: 24).

Los centros turísticos de montaña constituyen lugares con sus propios significados y asociaciones para sus residentes e, incluso sus visitantes, pero son también poseedores de una combinación de características que lo definen como bellos paisajísticamente, cosmopolitas, exóticos, aunque también degradados social y ambientalmente. La *migración de amenidad* es un fenómeno de reciente análisis dentro del estudio de las migraciones. Lawrence Moss la define como “la migración llevada a cabo por personas que habiendo sido turistas en un determinado destino, deciden regresar a él ya no para visitarlo, sino para constituirse en habitantes del mismo” (Moss, 2006: 3). Su permanencia puede ser estacional o durante todo el año. Para este autor, alrededor del mundo ha surgido una fuerza económica y social que está proveyendo nuevas oportunidades para las comunidades de montaña, lugares con alta calidad ambiental y características culturales distintivas que son polos de atracción para nuevos residentes.

La definición de Moss aporta elementos valiosos para identificar condiciones que caracterizan el proceso de migración de amenidad (Nakayama y Marioni, 2007: 63-67):

- Es migración, en tanto existe un abandono de su lugar de residencia habitual para adoptar otro nuevo.
- Los migrantes fueron antes turistas que vivenciaron por unos días el ambiente del lugar y decidieron en memoria de esas vivencias.
- Los migrantes se asientan en su nuevo destino con la idea de permanecer.

Las migraciones de amenidad pueden considerarse en muchos casos como una sombra del desarrollo turístico, ya que el tipo de movilidades que causan podría interpretarse como regresivas en términos de desarrollo local. En el proceso de obtener sus necesarias características cosmopolitas, los destinos de montaña se alistan para reencarnarse en otros lugares donde será posible desarrollar otros juegos en la mayoría de los casos observados en Argentina. Se trata del libre juego del negocio y la especulación inmobiliaria; los migrantes de amenidad que alguna vez fueron turistas visitando estos destinos deciden migrar en busca de esas amenidades o factores que contribuyen a una mejor calidad de vida. La decisión de migrar es usualmente acompañada de la decisión de inversión en la construcción o adquisición de viviendas permanentes o segundas residencias donde iniciar una nueva vida - idílica en ese imaginario- en las montañas. Los migrantes de amenidad también en muchos casos deciden involucrarse en la nueva comunidad que los recibe en un doble rol de nuevo poblador y al mismo tiempo emprendedor turístico. En estos casos la decisión de migrar es acompañada con la decisión de invertir en el desarrollo de micro-emprendimientos turísticos, fundamentalmente complejos de cabañas y hosterías. Estas decisiones contribuyen a alentar un desmedido crecimiento de la oferta por sobre la demanda, en una especie de “sombra del turismo” en la que operan intereses vinculados con la especulación inmobiliaria, siendo una de las repercusiones mas críticas de la migración de amenidad en los destinos de montaña de Argentina. En estas puestas

en juego y resultado de estas movilidades los lugares comienzan a ser consumidos a medida que son visitados, unos tras otro, en un proceso continuo de consumo de cuerpos, imágenes e información hasta que finalmente resultan agotados (Sheller & Urry, 2004: 4). Un riesgo adicional se suma a esta situación y es la posibilidad que el desarrollo turístico en definitiva se lleve a cabo como una suerte de pantalla de otros tipos de negocios, relacionado con otros intereses vinculados -sobre todo- con la especulación inmobiliaria. En estos términos, las movilidades que encarnan los procesos de migración de amenidad representan una amenaza al desarrollo local y, adicionalmente, contribuyen a ocultar severos problemas de competitividad del sector del turismo en los destinos de montaña de la Norpatagonia.

Los procesos de migración de amenidad en el mundo siguen ciertos patrones generales con dos configuraciones diferenciadas: una predominante en las áreas de montaña y otra que integra estas áreas con áreas urbanas circundantes, que se da sobre todo en los Alpes, en los que los buscadores de amenidades son por lo general residentes de áreas urbanas de alta calidad de vida en las áreas cercanas a este cordón montañoso (Moss, 2006: 309). La realidad de los destinos de montaña de la Norpatagonia se corresponde con el primer patrón de desarrollo. Este proceso se caracteriza en términos generales por un rápido crecimiento de los centros urbanos, aunque con baja densidad. Se localiza sobre todo en pequeños pueblos o villas junto con asentamientos humanos esparcidos en los valles y en las laderas de montañas circundantes. La migración de amenidad sigue en estos casos una secuencia similar al poblamiento original de los espacios de llanura, promoviendo cambios en los valores culturales en consonancia con aquellos predominantes en las grandes ciudades.

La investigación sobre el tema ha avanzado en una fase descriptiva que a través de la consideración de distintos casos en diversos países – Argentina, Australia, Filipinas, Sudáfrica, ciertas regiones de Europa occidental (Moss, 2006: 309) permitió construir un perfil preliminar de este patrón que incluye cuatro fases de desarrollo a partir de los cambios sufridos en estas poblaciones en lo que refiere a cuatro categorías: socioculturales, económicas políticas, y ambiental y de patrón de uso del suelo: 1) *emergente*, 2) *en desarrollo*, 3) *madurez*, para llegar a una fase final de bifurcación, ya sea de 4) *autosostenimiento* o 4) *declinación*.

Aunque permite apreciar las diversas fases de desarrollo para poder analizar la situación de un destino, la restricción de este esquema es que no deja de ser una abstracción basada en la información disponible que aún es muy limitada globalmente y que por tanto constituye una dificultad para comparar situaciones a nivel local, nacional e internacional. En tanto abstracción puede sugerir incorrectamente que todos los destinos de montaña siguen el mismo patrón lineal de fases temporales en su desarrollo, sin considerar que las características o situaciones coyunturales que se den en un país o región pueden ocurrir en fases más tempranas o tardías, o no ocurrir. Los destinos más visitados y conocidos de la Norpatagonia argentina, tal es el caso de Villa La Angostura y San Martín de los Andes en la provincia de Neuquén, están según los parámetros de este *continuum*, ciertamente en las etapas de madurez, entrando en su declinación. En esta fase de madurez los

migrantes desplazan de las áreas centrales a los locales. Los recursos comunes como el suelo y el agua soportan el crecimiento afectando áreas periféricas y comienzan a registrarse tensiones sociales porque el poder de los desarrolladores se impone sobre las regulaciones. Algunos migrantes de amenidad son electos para cargos decisorios locales. En la última fase de *declinación* la provisión de servicios es colapsada por la demanda y se perjudican en mayor medida los sectores de bajos ingresos; el turismo de masas se desarrolla con rentabilidad decreciente.

Es necesario caracterizar estos procesos con mayor detalle para conocer y entender las consecuencias de la migración de amenidad en estos destinos, para al mismo tiempo también prever condiciones y consecuencias del crecimiento, fundamentalmente por migración de amenidad, en otros destinos más pequeños y en etapas anteriores, pero que parecen seguir esas tendencias amparados por el pensamiento de que “todo crecimiento es positivo”.

La competitividad de destinos turísticos de montaña.

La competitividad es un concepto ampliamente desarrollado por la disciplina económica, aunque aún necesita encontrar cauces de definición para su aplicación al campo del turismo. Usualmente se relaciona a la competitividad con la noción de beneficio económico, pensándola como la capacidad de obtener de manera razonable rentabilidad de las inversiones superior al promedio y capacidad de hacerlo con bajos costos sociales y ambientales (Bordas, 1993). Sin embargo, es necesario reconceptualizarla y volver a pensarla en términos de su contribución al bienestar de una *comunidad y en especial el de aquellas asentadas en destinos de montaña*. Las ciudades, y por ende los destinos turísticos son espacios claves para la promoción y creación de condiciones y factores de competitividad. ¿Pero que competitividad? ¿O para quiénes? No tendría sentido hablar de competitividad si no se piensa en la mejora de la calidad de vida de la población o, en términos de Fajnzylber, “...cómo las condiciones que al tiempo que sostienen y expanden participación en mercados, también contribuyen a elevar la *calidad de vida de la población*...” (Fajnzylber, 1988: 13).

A partir del análisis de un amplio conjunto de definiciones, aproximaciones conceptuales y trabajos teóricos sobre la noción de competitividad se concluye que el modelo de competitividad de destino propuesto por Ritchie y Crouch (2003) es el que mejor sintetiza la teoría económica y social sobre el tema al proponer *un modelo dinámico para entender, analizar y trabajar los factores críticos de competitividad en destinos turísticos*.

El modelo parte de reconocer que si bien el desempeño económico es una dimensión relevante de la competitividad turística, no es la única. La verdadera habilidad de un destino turístico para ser competitivo también incluye fortalezas sociales, culturales, políticas, tecnológicas y ambientales. En suma, lo que hace a un destino competitivo es su habilidad para incrementar el gasto turístico y aumentar la cantidad de visitantes a la vez que proveerlos con experiencias satisfactorias y

memorables y hacerlo de manera que resulte rentable, promoviendo el bienestar de los residentes, y preservando el capital natural del destino para las generaciones futuras (Ritchie & Crouch, 2003: 2).

Competitividad y sostenibilidad están estrechamente relacionadas en esta visión; son interdependientes. Un territorio competitivo debe ser entonces un entorno físico, tecnológico, social, ambiental e institucional propicio para atraer y desarrollar actividades económicas generadoras de riqueza y empleo, es decir, movilizador de las variables macroeconómicas que inciden de manera directa sobre el bienestar de la población. La competitividad de los destinos turísticos está asociada así a la prosperidad de los residentes por ser estos los principales beneficiarios. Los destinos que afrontan procesos de migración de amenidad ven jaqueada su competitividad; la evidencia empírica ha comenzado a demostrar que se trata de un modelo económicamente insustentable (González y Mendieta, 2009). Si se desarrollara un análisis a medio/largo plazo se observaría que la renovación cíclica de la riqueza que produce la agricultura y, en mayor medida el turismo, desaparece con la actividad constructora al convertir los campos en urbanizaciones. Al transformar la tierra en suelo, en objeto de especulación inmobiliaria, el circuito económico se reduce al proceso de compra, construcción y venta de inmuebles y allí se detiene cerrándose la posibilidad a nuevas formas de producción de la riqueza (Mazón & Aledo, 1996). En este modelo, incapaz de promover de manera sustentable determinantes de competitividad, se cree necesario continuar la investigación en el futuro orientándose sobre las dimensiones claves del Modelo de Competitividad Sustentable: las condiciones del macro y microentorno, las condiciones de los factores y de la demanda, de los sectores conexos y de apoyo, y la estrategia, estructura y rivalidad de las empresas.

METODOLOGÍA

Esta presentación forma parte del trabajo de investigación: *“Understanding and managing sustainable competitiveness and amenity led migration in mountain tourist destinations”* a partir de la Beca Faculty Research Program del International Council for Canadian Studies del Gobierno de Canadá 2009. La propuesta metodológica buscó un equilibrio entre el desarrollo de un enfoque teórico vinculado a los procesos de migración de amenidad, la competitividad sustentable de destinos turísticos y el desarrollo de directrices para su aplicación en destinos de montaña que experimentan estos procesos. A partir del reconocimiento que las movilizaciones que promueve la migración de amenidad son de carácter global, el interés de la investigación fue analizar y contrastar estos movimientos migratorios que están enfrentando distintos destinos turísticos de montaña de Canadá y de la Patagonia Norte Argentina.

El enfoque metodológico utilizado fue predominantemente cualitativo, diacrónico y sincrónico. El enfoque cualitativo se basó en una estrategia de triangulación de datos, de fuentes y de investigadores con base en la revisión de la literatura sobre el estado del arte del tema, el análisis de datos secundarios (información demográfica, informes sectoriales y locales) y primarios (entrevistas a actores clave), y salidas a terreno.

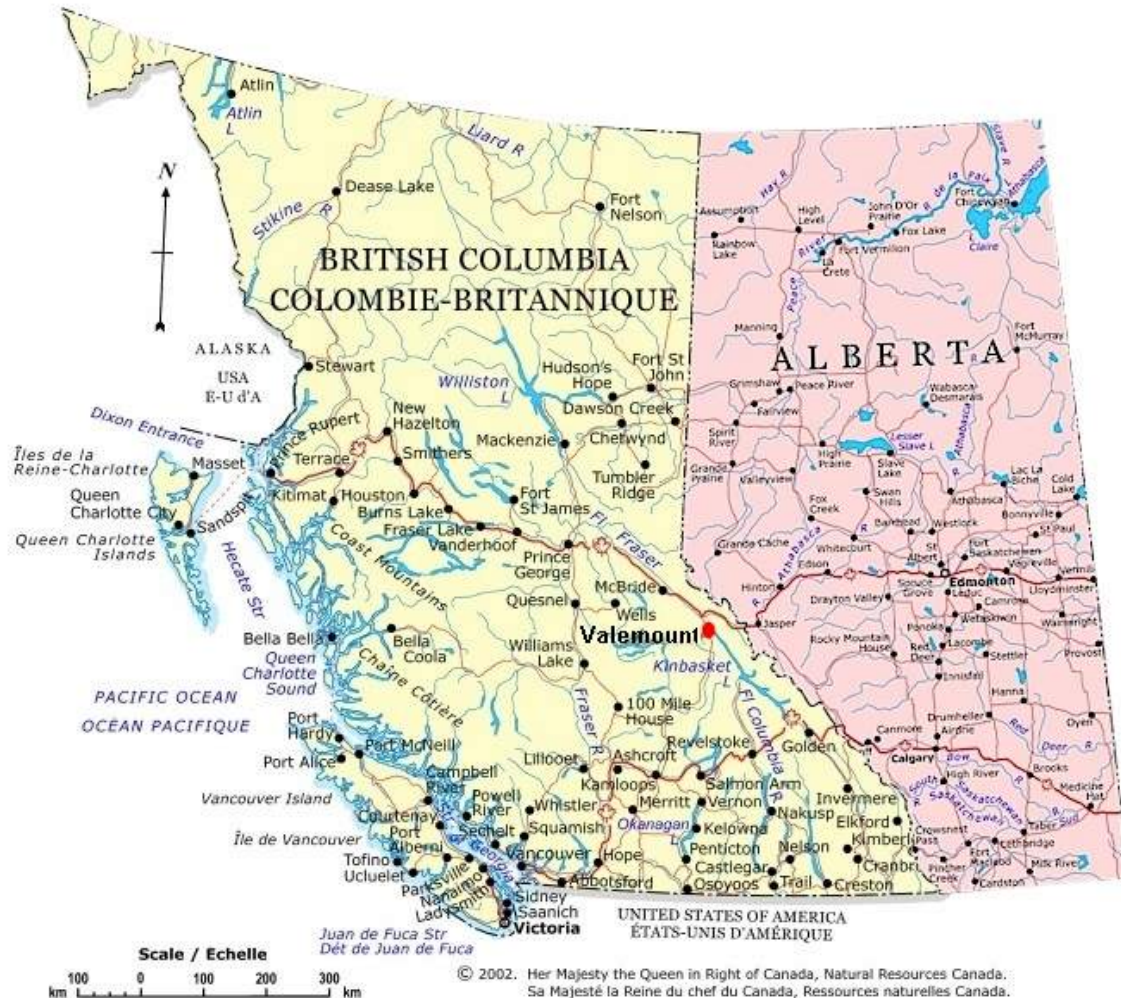
Los casos seleccionados en Canadá fueron una serie de destinos de montaña de las provincias de British Columbia y Alberta donde se desarrollan procesos de migración de amenidad. En la primera etapa la investigación se basó en una revisión y profundización del conocimiento sobre migración de amenidad y competitividad sustentable de destinos de montaña (Glorioso & Moss, 2006; Stefanick, 2008; Moore et al, 2006; Moss, 2006; Ritchie y Crouch; 2003; Sheller & Urry, 2004). Esta revisión en profundidad de enfoques teóricos se combinó con una triangulación metodológica que abarco un trabajo de campo con visitas a estos destinos y la visita a académicos con experiencia en el estudio de diversos aspectos de la migración de amenidad en las Universidades de Calgary, Alberta, y Lakehead, Ontario. Los casos seleccionados en Argentina fueron San Martín de los Andes y Villa la Angostura, ambos en la Provincia de Neuquén, considerados prototípicos de desarrollos de proceso de migración de amenidad. (ver Mapa 1 y Mapa 2).

Mapa 1: Corredor de los Lagos, Argentina



Fuente: <http://www.lugaresdelapatagonia.com/>

Mapa 2: British Columbia y Alberta, Canadá



Fuente: www.canoemountainresorts.com

RESULTADOS

La migración de amenidad en el Oeste Canadiense

En tanto fenómeno que sigue patrones y tendencias globales -y aunque pueden reconocerse una multitud de causas y consecuencias diferentes- es dable reconocer que la migración que se da en el oeste norteamericano y, en particular la que se presenta y analiza en el caso del oeste canadiense, presenta aristas que invitan a una reflexión sobre la potencial replicación de estas tendencias en los destinos de montaña argentinos.

La investigación sobre la migración de amenidad se ha centrado en Norteamérica principalmente en el oeste de Estados Unidos, especialmente en el movimiento de los residentes urbanos a las comunidades rurales en las Montañas Rocosas. Comparativamente poco se ha trabajado en Canadá. Aunque los efectos de la migración de amenidad podrían ser menos pronunciados en este país, se están empezando a crear grandes desafíos para las comunidades de montaña del oeste de Canadá (Stefanick, 2008: 1).

Las comunidades de montaña en British Columbia (BC) y Alberta (AB) se sustentaron históricamente en la extracción de recursos naturales. A fines del siglo XX muchas se encontraban económicamente deprimidas debido a la declinación de la industria de la cual dependían. Sin embargo, en los últimos años estas poblaciones se han convertido en imanes para quienes se sienten atraídos por su belleza natural, un cambio en el estilo de vida y oportunidades recreativas en entornos naturales. Los migrantes que llegan a estas pequeñas comunidades no sólo provienen de los centros urbanos cercanos, sino también de otras provincias y otros países. Esto ha generado una aparente “renacimiento” económico de muchas de estos pueblos de montaña.

Sin embargo, los crecientes costos en vivienda están causando graves problemas para los residentes con ingresos modestos (tanto los antiguos inmigrantes como los recién llegados) que habitualmente terminan viviendo en las comunidades más lejanas y con grandes distancias a los lugares de trabajo. Los puestos de trabajo creados en el sector de los servicios -y sobre todo en el turismo-, también muestran otra cara de la moneda: pauperización de las condiciones laborales, falta de acceso a la vivienda y creciente costo de vida lo que termina concluyendo en muchas ocasiones en desplazamientos físicos, psicológicos y sociales de los pobladores originales y de los nuevos migrantes. En consonancia con lo que se advierte en los destinos de Norpatagonia, la mayoría de las comunidades de montaña están vagamente al tanto del fenómeno de la migración de amenidad y sus efectos adversos. No obstante, muchas comunidades han comenzado a trabajar para encontrar estrategias para hacer frente a los efectos negativos que el proceso de migración de amenidad trae aparejados.

La migración de amenidad en Canadá puede ser entendida en parte como resultado de dos fenómenos interrelacionados: el ciclo de vida y los efectos generacionales de los migrantes (Stefanick, 2008: 3). Por ciclo de vida se entiende que los miembros de una misma generación en particular, tienden a hacer cosas al mismo tiempo porque son de la misma edad. Mucho se ha escrito acerca de la post segunda guerra mundial en América del Norte y la influencia que esta generación ha tenido en todos los aspectos de la sociedad debido a su número. Tal vez en ninguna otra parte el fenómeno de la generación de posguerra, denominada “baby boomers” haya sido tan notable como en Canadá, donde hubo un aumento tanto en la inmigración y en los nacimientos entre 1947-1966 (Stefanick, 2008: 3). Los Baby Boomers que viven en grandes centros urbanos han experimentado importantes aumentos en el valor de sus residencias y han sacado partido de tradicional equidad del sistema socioeconómico canadiense, garantizándose el acceso a condiciones propicias de

financiación con tasas de interés favorables para la adquisición de casas de recreo o de segunda residencia. Las herencias económicas que esta generación recibe al morir sus padres representan la mayor transferencia intergeneracional de la riqueza en la historia de la humanidad. Hay evidencia que buena parte de este capital se reinvierte en la adquisición de propiedades (Stefanick, 2008: 3), siguiendo dos tendencias, y dando lugar a mercados inmobiliarios en dos escalas diferenciadas; un mercado nacional, que busca comprar propiedades y terrenos en áreas de montaña de BC y AB y, por otro lado, una búsqueda de carácter global que se dispara por los mismos factores: la riqueza, la abundancia, los valores societarios pero que está comenzando a ver como posibles destinos de migración - o tan sólo de inversión - otros espacios de montaña del mundo que resultan mucho más convenientes por cuestiones de costos comparativos y de facilidades impositivas.

En el Oeste de Canadá puede observarse una tendencia que es una combinación de los dos patrones generales de desarrollo de migraciones por amenidad expuestos precedentemente. Los migrantes por amenidades comienzan a constituir un componente importante del aumento poblacional de pequeños pueblos o villas situados en cercanías de grandes ciudades. El ejemplo puede verse claramente en British Columbia, que recibe migrantes provenientes principalmente de Calgary y, en menor medida de Edmonton, ambas ciudades ubicadas en Alberta. Comunidades de montaña como Oliver, Kaslo, Nelson, Fernie, Golden y Revelstoke en BC, por citar algunos de los casos más representativos de esta provincia, están viendo como se desarrollan procesos acelerados de migración de amenidad. Algo similar ocurre en otros destinos migratorios que tienen un posicionamiento aún emergente. En el Valle Similkameen, en el centro Sur de British Columbia, por caso, el 95% de los migrantes amenidad se trasladó desde otro lugar en Canadá. Entre ese grupo, casi el 87% proviene de Alberta o de British Columbia. El 5% restante se reparte en cinco otros países (Sociedad de Planificación del Valle de Similkameen, 2008: 8-9).

La edad de los migrantes de alguna manera certifica la hipótesis de Stefaneck (2008:3) que la migración de amenidad en Canadá es resultado de la abundancia y de procesos generacionales. El ochenta por ciento de los migrantes de amenidad en el Valle Similkameen tienen 55 años o más, un promedio alto si se considera que la edad media en la Columbia Británica es 39,1 años. En el Similkameen, la edad media de los propietarios de viviendas supera los 54 años. Significativamente, el 42% de los propietarios superan los 64 años, lo que permite inferir en pocos años mas aumentará notoriamente el número de vendedores de residencias (Similkameen Valley Planning Society, 2008: 11).

La economía de estos lugares, tradicionalmente ligada a actividades extractivas como la forestal, comienza a tomar un giro hacia el turismo también como un pretexto para orientarse al negocio inmobiliario por una doble combinación de declinación de esta actividad forestal por un problema de competitividad global y por la cercanía con centros emisores de migrantes de amenidad (se encuentran a una distancia tiempo de entre tres y siete horas de Calgary) El sector turismo acompaña este proceso de la mano de dos tipos predominante de desarrollos "comoditizados" (Stefanick, 2009:

4): Centros de ski y resorts de golf. La dificultad en la transición de las economías de estos pueblos de montaña desde la extracción de recursos al turismo tiene dos vertientes: empleo y acceso a la vivienda.

Apostar al turismo como primera opción de recomposición de estrategia productiva implica para estas comunidades afrontar ciertas características del sector turismo que redundan muchas veces en situaciones de pauperización de las condiciones laborales de los antiguos residentes. El retiro de las industrias extractivas como la minera y forestal, que otrora ofrecían empleos bien remunerados, deja lugar al sector servicios que puede ofrecer sueldos menores, estacionales y con altos requerimientos de capacitación y exigencias de constante diferenciación. La generación genuina de riqueza disminuye y, por ende, su patrón de distribución y beneficio para la comunidad local. En 2005, el ingreso medio por persona de 15 años o más que trabajaba a tiempo completo en Canmore era \$40.637; \$47.760 en Fernie, \$42.989 en Golden; \$45.640 en Revelstoke y \$37.341 en Whistler. Los ingresos relativamente elevados de Fernie son previsibles dado que la extracción de recursos sigue siendo una contribución importante a su economía. En el otro extremo de la escala, Whistler es el más dependiente del sector de servicios de todas estas comunidades. Lo que es particularmente interesante de estas cifras es que los ingresos medios de ambos, Canmore y Whistler, (las ciudades cuyo sector más intensivo son los servicios) son inferiores al promedio nacional de \$41.401, a pesar de que más del 30% de los residentes de estas ciudades posee certificados universitarios, diplomas o títulos (Statistics Canada, 2006, citado por Stefanick, 2008: 6).

El segundo problema más preocupante es el aumento de las inversiones foráneas en propiedades y, en particular, en compra de segundas residencias. El cambio está ocurriendo rápida y drásticamente. En algunos sitios, como Invermere o Fernie, el 60% de los propietarios de las casas son no residentes. Esto plantea desafíos enormes: El primer y gran efecto es la falta de disponibilidad de alojamiento para los residentes de estos pueblos (Stefanick, 2009: 4). La mayoría de estos pueblos de montaña están experimentando dramáticos aumentos de los valores inmobiliarios. A partir de datos de datos oficiales de la Provincia de British Columbia, Stefanick (2008) analiza las variaciones demográficas y la relación con el aumento de los valores de la vivienda en comunidades de Montaña de BC. La situaciones más críticas se registran en Canmore y Whistler, en las que el aumento de los costos puede explicarse en cierta medida por el enorme crecimiento demográfico en las dos jurisdicciones: Canmore aumentó el 112% desde 1991; Whistler, un 454% de aumento desde 1986.

En otros destinos que se encuentran aún en la fase de introducción y crecimiento el punto de partida es diferente pues el aumento poblacional es menor pero el resultado es el mismo ya que continúan aumentando los valores de las propiedades. En Golden, por caso, el precio promedio de una vivienda subió un 18% el año siguiente a la apertura de una nueva estación de montaña y ha seguido aumentando desde entonces. Sin embargo, en realidad la población de Golden se redujo en 5% entre 2001 y 2006, con un crecimiento global de 9% en más de dos décadas. Un fenómeno similar puede observarse en Fernie y Revelstoke, donde los valores de la propiedad también han

aumentado significativamente a pesar del hecho de que las dos comunidades han perdido población desde 1991 (Ferne -17%; Revelstoke -11%) (Statistics Canada, 2006, citado por Stefanick, 2008: 6).

La situación que viven estos destinos ha llevado en los últimos años a la aparición de una preocupación en sus habitantes acerca los valores y comportamientos y actitudes de os nuevos migrantes y los efectos sobre estas comunidades de montaña de los migrantes amenidad se expresa. En un estudio realizado por el Centro Internacional de Migración de Amenidad para la sociedad de Planificación del Valle Similkameen, las preocupaciones manifiestas en los pobladores se relacionaron no tanto sobre las diferencias entre antiguos pobladores y migrantes, sino sobre todo por la cantidad de nuevos migrantes que podían seguir llegando lo que muestra evidencias de lo que popularmente se llama "ganans de cerrar las puertas" (Similkameen Valley Planning Society, 2008: 24).

Estos aspectos ponen de relevancia el creciente interés que en estas comunidades está comenzado a tener la gobernanza. Entre el 80% y el 90% de los habitantes de los valles Similkameen y South Okanagan piensan que los gobiernos locales podrían hacer más de lo que actualmente hacen para comenzar a enfrentar los efectos de la migración de amenidad en ambos valles (Similkameen Valley Planning Society, 2008: 26). Las preguntas que emergen y sirven para extrapolar la reflexión a la realidad de los destinos Norpatagónicos es si los gobiernos locales no sólo hacen lo necesario, sino además si tienen la visión y si están efectivamente capacitados para lidiar con estos temas de la agenda de desarrollo en el corto y mediano plazo. Como veremos, este será uno de los desafíos críticos de los destinos de montaña de la Norpatagonia.

El fenómeno de la migración de amenidad, que está ocurriendo en todo el mundo como resultado de la globalización y la internacionalización de la migración, también está sucediendo a través de las fronteras nacionales. Muchas de estas condiciones y factores, aun con diferencias y particularidades en los contextos nacionales y locales, ya se están presentando como patrón global de desarrollo de los destinos de montaña de la Norpatagonia. La indecisión o negligencia, el no prestar atención a estas tendencias y simplemente argumentar que el crecimiento es bueno puede traducirse en el corto plazo en el aumento de las tensiones entre la población local y los propietarios ausentes en la estratificación económica entre "los que tienen" y los "desposeídos", en la emigración de los jóvenes cuyo trabajo es fundamental para las economías locales y el aumento de casos de personas sin hogar y la insuficiencia de la vivienda, especialmente para quienes trabajan en el sector de servicios.

El reconocimiento de estas situaciones lleva a reconsiderar la situación competitiva de estos destinos, a la luz de estos procesos y ante la necesidad de encontrar nuevos marcos de entendimiento de la noción de competitividad regional.

La crisis de rentabilidad y competitividad de los destinos de montaña de la Norpatagonia

La competitividad sustentable tiene en la rentabilidad su base económica indispensable para lograr que el turismo pueda ser considerado una alternativa viable para las comunidades de montaña. Los destinos de montaña de la Norpatagonia en general y del Corredor de los Lagos en particular, están viviendo una crisis de rentabilidad sin precedentes que pone en jaque la dimensión económica de su competitividad sustentable. De hecho, y de acuerdo a datos del Plan de Ordenamiento Territorial y Ambiental de Villa La Angostura 2007 (POTyA VLA-07), ningún destino del corredor de los lagos supera el 40% de ocupación promedio anual, lo que muestra a las claras los problemas de rentabilidad y, por ende, de sustentación fundamentalmente de las micro pequeñas y medianas empresas (micropymes) turísticas.

Villa La Angostura tal vez pueda citarse como un ejemplo paradigmático de esta crisis que pueden encontrar en los efectos de los procesos de migración de amenidad una de sus causas principales. La actividad turística, considerada el motor de la economía de la Villa, está experimentado síntomas de decrecimiento en muchos de sus indicadores. Se presenta la paradoja de que en un escenario de aumento sostenido de la cantidad de visitantes y de la cantidad de pernoctes registrados en el destino, se da una disminución progresiva en los porcentajes de ocupación de los establecimientos hoteleros y extra hoteleros que incide en la caída en la rentabilidad de negocio turístico. La tradicional estacionalidad que sufren estos destinos viene a sumarse a toda esta situación para complicar aún más el panorama (Foto 1 y Foto 2).

Foto 1: Vista aérea de San Martín de los Andes, Provincia de Neuquén



Fuente: Tizado Patagonia

Foto 2: Vista aérea de San Martín de los Andes, Provincia de Neuquén



Fuente: Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén

En el período 2002-2006 se duplicó la cantidad de pernoctes registrados en la villa (260,315 en 2002 a 400,335 en 2006) y de turistas alojados (67,753 en 2002 a 80.067 en 2006).

Sin embargo, la ocupación anual promedio de su planta de alojamiento no supera el 40%. Es notorio el descenso del porcentaje de ocupación en la Villa de la temporada alta invernal en el período 2004-2006, de 54,37% a 30, 35% para el mes de Julio, y de 34, 9 % a 29,66% para el mes de Agosto del mismo período. Aunque no hay crecimiento, la ocupación anual logra mantenerse estable gracias a la temporada estival que aun mantiene altos niveles de ocupación -entre 74% a 85%- para los meses de enero y febrero del mismo período. Adicionalmente, la estadía promedio bajó de 7 días a 5 días; esto se explica en el hecho que si bien hay más turistas en verano, éstos se quedan menos tiempo.

Las causas pueden buscarse en un claro sobre-dimensionamiento de la oferta por encima de la demanda turística, hecho que se repite en la mayoría de los destinos de montaña de la Norpatagonia. El incremento en el número de plazas se viene registrando desde el año 1.964 y se acelera notablemente a partir de 1.992. Estos datos están indicando que el 78% de los establecimientos hoteleros son relativamente nuevos, de una antigüedad de 10 años o menos.

Landriscini (2008) consigna que esta sobredimensión de la oferta frente a la demanda turística es el resultado de una “burbuja de crecimiento exógeno” que atrajo inversiones orientadas a la construcción de emprendimientos hoteleros que no son rentables en la actualidad, con baja generación de empleo y de carácter estacional en función de tratarse de empresas familiares. Los datos relativos a las habilitaciones de obras en construcción por categoría en la Villa dan cuenta de un proceso de transición en los últimos años de un perfil de villa turística de montaña a un destino de migración de amenidad, donde entre el año 2001 y 2008 los metros construidos residenciales superaron a aquellos dedicados a construcciones vinculadas al turismo.

Esta paradójica crisis de rentabilidad del sector aún en un escenario de constante aumento de la demanda turística, también se presenta claramente en el otro destino analizado: San Martín de los Andes donde vuelven a encontrarse indicadores similares a los que sostienen esta paradoja. Si se consideran los últimos dos decenios, la cantidad de pernóctes prácticamente se triplicó. Sin embargo, la ocupación promedio anual del destino casi siempre se mantuvo por debajo del 40% anual en ese período, con una máxima del 40,8% en 2007, y un registro mínimo del 24,4% en 1992 (Tabla 1). La explicación de este aparente contrasentido radica en que, para el mismo período, la cantidad de plazas habilitadas aumento en un 229%. Nuevamente, y como una tendencia difícil de evitar en estos destinos, el sobre-aumento de la oferta por sobre una evolución positiva de la demanda impide horizontes de rentabilidad para las empresas turísticas.

Tabla 1: Evolución de cantidad de pernóctes, plazas habilitadas y ocupación anual San Martín de los Andes 1990-2009			
Años	Cant.de pernóctes	Plazas habilitadas	Ocupación promedio anual (%)
1990	199309	2941	26,1
1991	219156	3014	25,7
1992	233261	3428	24,4
1993	293601	3738	27,4
1994	376351	3780	31,6
1995	382152	3918	30,7
1996	380550	4104	29
1997	422019	4532	30
1998	535899	4644	33,8
1999	521612	5237	30,1
2000	492256	5553	27,2
2001	484858	5668	25,3
2002	623238	5825	32,5
2003	695201	5533	36,5
2004	755160	5697	39,5
2005	720140	5838	37,5
2006	781068	6026	39
2007	856533	6236	40,8
2008	786742	6744	35,7
2009	599704	6757	34,3

Fuente: Estadísticas de Demanda Turística. Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico. Municipalidad de San Martín de los Andes

La crisis de rentabilidad por el sobre aumento de la oferta turística es el punto de partida pero de ningún modo el único condicionante de la competitividad económica de estos destinos. El sector turismo presenta en estos destinos condiciones críticas en otros indicadores económicos claves para su competitividad sustentable.

El segundo aspecto crítico es la capacidad del sector en la generación de empleo. En Villa La Angostura -como en la mayoría de estos destinos- el tamaño de los emprendimientos es un condicionante ya que se trata en su mayoría de empresas familiares, que en promedio no superan las 28 plazas. Por tanto, la incidencia del sector en la generación de empleos directos no es alta. De acuerdo a Datos del POTyA-VLA07, la generación de empleo a partir de la actividad turística es muy baja: con variaciones de acuerdo a la temporada, entre el 42,3% y el 61% de los establecimientos tienen uno o ningún empleado, entre el 30,9% y el 42,3% tienen entre dos y cinco empleados, y sólo entre el 8,1% y el 15,4% tiene más de 5 empleados.

En temporada baja, el 28,5 % de los establecimientos no tiene ningún empleado estable; porcentaje que se va a reducir al 13,8 % en temporada alta. El 56,1 % de los establecimientos hoteleros tiene entre 1 y 3 empleados en temporada baja, mientras que este porcentaje llega al 64,4% en temporada alta. Sólo tres establecimientos, el 1,6 % del total, emplea más de 25 empleados durante todo el año. En temporada alta, las hosterías 3 estrellas, que representan un 17 % del total de los establecimientos, son las que ocupan el mayor porcentaje de empleados: el 16,3 %. Por su lado, el 39 % de los establecimientos tiene empleados sólo en el área de limpieza, mientras que el 26 % emplea personal en todas las áreas.

Esta situación desventajosa en la creación de empleo se hace aún más complejo por el carácter estacional de los mismos, por las bajas remuneraciones y los altos requisitos de capacitación del sector. Las bajas remuneraciones tienen mayor impacto en los sectores asalariados de estas comunidades, ya que el costo de vida en estos destinos es muy alto, lo que se refleja en precios comerciales altos y costos de alquileres prácticamente inaccesibles. El carácter estacional de la demanda laboral contribuye aún más a la precarización del empleo. Durante el resto del año la mayoría de las familias atendidas en esta área se sostiene con los ingresos obtenidos en trabajos esporádicos (las “changas”, no reguladas en el marco legal laboral vigente) que apenas llegan a cubrir -y no siempre- las necesidades básicas (IGC, 2007: 24).

La información obtenida respecto a la población ocupada está indicando que el empleo “esporádico” y el empleo “temporario” resultan ser significativamente superiores al empleo “permanente” (IGC, 2007: 24). El acceso a nuevas oportunidades de trabajo se ve obstaculizado por la escasa o nula formación profesional y/o para el desarrollo de ciertas habilidades. Así, la prioridad se les otorga a personas provenientes de otras localidades, con mayor experiencia laboral y también mayor nivel de instrucción (IGC, 2007: 24).

El empleo no formal, temporario y con bajas remuneraciones, redundando en una compleja situación de precarización laboral, y de reducción de los ingresos de los trabajadores, muchos de los cuales se sintieron atraídos por la promesa de un futuro laboral floreciente en el sector que hoy en día ya no es tal. El resultado es el progresivo empobrecimiento de un importante sector de la comunidad

conformado por trabajadores cuentapropistas, trabajadores estacionales, pequeños comerciantes y prestadores de servicios así como antiguos residentes.

Para finalizar, es necesario remitirse también a los efectos que el proceso de migración de amenidad tiene sobre la dimensión territorial de la competitividad sustentable, que se trasunta en problemas de acceso a los espacios públicos, fragmentación del espacio urbano, condiciones inequitativas de acceso a la vivienda y por último desmovilizaciones de los antiguos pobladores. El crecimiento de población en San Martín de los Andes y en Villa La Angostura ha sido sostenido y fuerte durante muchos años; lógicamente cualquier crecimiento de población o de actividades económicas genera una presión sobre el suelo urbanizable y, por lo tanto, sobre el mercado de tierras.

En estos pueblos y villas comenzaron a realizarse nuevos loteos a partir de la década de 1970, los que comenzaron a ser ocupados lentamente en los años 1990, impactando en el medio ambiente al transformarse de loteos "fantasmas" (ya que sólo existían en los registros catastrales) en incipientes asentamientos humanos (Otero et al, 2009:4). Villa La Angostura está viviendo un *boom* inmobiliario desde la crisis de 2001, cuando muchas personas decidieron invertir en el sector de la construcción. A partir de entonces, los índices de construcción no han cesado de incrementarse, acompañados por el aumento sostenido de los costos de la construcción y del valor de la tierra. Durante 2004 y 2005, por ejemplo, las tierras con mayores valores comerciales fueron las situadas cerca de la orilla del lago y en las riberas de los ríos, o los que tienen una vista directa ya sea a las montañas o al lago. Sólo en ese período su precio creció hasta un 50%. Muchos de estos desarrollos se ofertan y promocionan como "barrios de montaña" y se instalan usualmente en lugares con alto riesgo ambiental, como costas de lago y laderas montañosas (González, et al, 2009: 86).

En Villa La Angostura las particularidades del territorio – una zona de bosque húmedo, con topografía irregular con pendiente muy pronunciada en algunos sectores, un suelo donde predomina el manto volcánico con gran capacidad de absorción pero nula retención, con grandes extensiones ocupadas por mallines -, junto con una división catastral del suelo en grandes parcelas rurales y su atravesamiento por un corredor vial internacional fueron condicionando su particular ocupación y contribuyen a explicar la forma que fue adquiriendo Villa La Angostura en su más reciente e intenso proceso de urbanización y crecimiento. (Otero et al, 2009:12). La proliferación de loteos sobre el bosque nativo ha derivado en casi el 70% de la pérdida del mismo, lo que favorece la colapsabilidad de los suelos frente a las escorrentías de la precipitación pluvial (muy frecuentes en la zona). El agua escurre con mayor velocidad al disminuir la cobertura natural del suelo provocando un incremento notable en la erosión. (Otero et al, 2009:13). El aumento en el número de loteos y la creciente población no han sido acompañados por las obras de infraestructura necesarias como desagües pluviales o cloacales. En la actualidad no existe en las calles de la localidad ningún tipo de obras de canalización de escurrientes, ni enterradas, ni cunetas de superficie. Más grave aún, Villa La Angostura no cuenta con un sistema de redes cloacales y una planta de tratamiento de aguas

servidas, siendo los lagos más arriba mencionados los recursos más impactados (Otero et al, 2009:13).

En San Martín de los Andes, otro núcleo urbano de atracción de población, la principal presión sobre el suelo urbano aparentemente está dada por el capital; es decir, por el cúmulo de inversionistas alentados por un mercado inmobiliario voraz. En la actualidad esta presión se traduce en la puja de valores crecientes en el mercado por la necesidad de incorporar permanentemente nuevas tierras para mantener una oferta de calidad y por el costo de oportunidad que representa para otros segmentos de población que, al verse impedidos de acceder al mercado de tierras y viviendas, deben recurrir necesariamente a otras variantes, como alquilar a costos onerosos, aspirar a subsidios estatales o, lisa y llanamente, invadir (Zingoni et al, 2006: 8). El resto de la población tiene, en términos generales, dos posibilidades: el Estado contribuyendo con políticas especiales para acercar las posibilidades del vecino a los precios del mercado o produciendo urbanizaciones con tenencias precarias, en muchos casos no legales o ilegales (Zingoni et al, 2006: 9).

El resultado es la aparición y proliferación de un nuevo modelo de ciudades difusas, conurbaciones que crecen por todos lados como un tejido territorial, social y económicamente desarticulado. Estas ciudades difusas requieren de la disponibilidad de grandes espacios. Agotados los espacios disponibles en las grandes ciudades comienza una búsqueda de conquista de nuevos territorios tanto a nivel nacional como también global y está de moda poner la mira en las áreas de montaña. Los destinos turísticos de montaña suelen considerarse la primera oportunidad atractiva para planificar y construir nuevas ciudades difusas (González et al, 2009: 86). A muchos de ellos y a los espacios que los circundan ya los ha alcanzado la *countrización* donde no es difícil observar conjuntos de estos barrios cerrados que ofrecen las condiciones de seguridad y aislamiento necesarias para estos nuevos migrantes cosmopolitas (González et al, 2009: 85).

CONCLUSION

El análisis de los procesos de migración de amenidad en los destinos de montaña analizados plantea la necesidad de discutir respecto a las posibilidades de extrapolación de estas tendencias a los destinos de montaña argentinos.

La crisis de rentabilidad que están experimentando los destinos de montaña de la Patagonia Norte es un hecho que aún no es debidamente reconocido ni en el discurso oficial, ni en acciones concretas de gobierno. La evidencia expuesta en este artículo respecto de la influencia que tiene la migración de amenidad en el excesivo aumento de la oferta por sobre la demanda no es actualmente una preocupación manifiesta de muchos de los actores de estas comunidades ya sea por simple desconocimiento o por falta de conciencia sobre este problema. Por ende, tampoco pueden enfrentarse las causas que desencadenan este verdadero callejón sin salida que jaquea la competitividad sustentable de estos destinos.

A diferencia de la situación de los destinos canadienses donde la migración de amenidad es resultado de un proceso de acumulación y abundancia, y tiene su fuente en pautas de comportamiento generacionales, en los destinos turísticos de la Patagonia Norte la migración de amenidad se conjuga con un *supuesto* desarrollo turístico para terminar beneficiando al negocio de bienes raíces con gran fuerza de especulación. Tal vez no es el turismo en sí, sino lo que puede denominarse la *sombra del turismo* que ocultando intereses extranjeros promueva una larga lista de nuevos apropiamientos territoriales, simbólicos y físicos. La tendencia, en este caso, ya ha llegado y parece quedarse.

El turismo implica la personificación de unas puestas en escena en las que las movilidades no son una liberación o escape de formas identitarias más o menos estables, sino más bien la reproducción y el refuerzo de inequidades al promover una reiteración y profundización de la fragmentación social de los lugares puestos en juego. En el mismo sentido, también es la puesta en escena de fuerzas de especulación inmobiliaria, que encuentran en el turismo un adecuado pre-texto para desarrollar operaciones mercantiles que promueven y son su verdadero interés (González et al, 2009). Se expusieron en este trabajo evidencias de la crisis de rentabilidad de dos de los destinos de montaña mejor posicionados de Argentina. Hace falta algo más que prestar atención a estos indicadores. Resulta imprescindible modificar el rol del Estado, pasar del Estado regulador al promotor. En términos generales, el paso del Estado regulador al promotor implica un cambio de actitud más decidida, eficiente y, principalmente, eficaz. Específicamente, en aspectos concernientes al desarrollo urbano el paso se ve en un Estado que no sólo regula sino que interviene como un agente clave del mercado. Por acción –ocultamiento deliberado de estas causas en pos de intereses sectoriales o particulares-, u omisión -incapacidad de la gestión pública o simplemente falta de capacitación de aquellos quiénes toman decisiones a nivel local acerca de las raíces de esta crisis de competitividad- los gobiernos locales fallan en cumplir con su misión de gobierno.

Necesidades para futuras investigaciones

La búsqueda de información más precisa y actualizada sobre cada uno de los espacios analizados hasta el momento y la profundización de la caracterización de los casos de la etapa de desarrollo en que se encuentran en términos de migración de amenidad y, finalmente, la generación de información válida, confiable y actualizada que permita seguir profundizando en el conocimiento de las motivaciones de la migración de amenidad son las necesidades más relevantes de nuevas investigaciones sobre este fenómeno.

Es necesario continuar la investigación en los denominados *pushing factors* o factores que propinan diferentes motivaciones para emprender migraciones de amenidad, para comenzar a responder de manera más enfocada las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se dan esas características particulares de cada etapa de migración de amenidad en nuestros destinos? ¿Será posible establecer un recorrido de evolución lineal de un nivel a otro?
- ¿Cómo influyen esas características particulares en el nivel de desarrollo de cada etapa?
- ¿Cómo prever las condiciones que llevan de una etapa a otra para, desde la investigación, poder estudiar formas de tender al nivel de auto sostenibilidad?
- ¿De qué manera orientar y sostener procesos de toma de conciencia y pautas para agendas activas de gestión local para trabajar instancias locales de manejo de este fenómeno?

La formulación y puesta en marcha de estrategias competitivas deberá basarse en primer lugar en el diálogo y, en segundo lugar, en la promoción de instituciones que incentiven una cultura de la cooperación y el desarrollo institucional como base de la pirámide que pueda crear y sostener factores de competitividad que redunden en una mejora de la calidad de vida de la población residente. Por tanto, es también imprescindible avanzar en la investigación sobre temas de gobernanza para la competitividad sustentable en destinos turísticos de montaña.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bauman, Z. (2000) "Liquid modernity". Polito, Cambridge

Bordas, E. (1993): "La competitividad de los destinos turísticos en mercados lejanos". 43º Congreso de la Aiest, Bariloche

Fajnzylber, F. (1988): "Competitividad internacional: evolución y lecciones". Revista de la CEPAL, 36: 12-26

Glorioso, R. & Moss, L. (2006) "Santa Fe, a fading dream: 1986 profile and 2005 prospect". En: Moss, L. (ed.) The Amenity Migrants. Seeking and sustaining mountains and their cultures. Cromwell Press, Trowbridge pp. 73-93

González, R; Mendieta, M. (2009) "Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos". Cuadernos de Turismo 23: 111-128

González, R.; Otero, A.; Nakayama, L.; Marioni, S. (2009) "Las movilidades del turismo y las migraciones de amenidad: Problemáticas y contradicciones en el desarrollo de centros turísticos de montaña". Revista Norte Grande. 44: 75-92

IGC – Instituto de Gestión de Ciudades (2007) "Plan de Ordenamiento Territorial y Ambiental de Villa La Angostura 2007", Villa La Angostura, Neuquén.

Landriscini, G. S. (2008) "Dinámica económica y percepción social de los cambios recientes en la localidad fronteriza de Villa La Angostura, Pcia. del Neuquén. El impacto en la gestión gubernamental y en el desarrollo local". En: IV Seminario Nacional de la RedMuni I. Articulaciones interinstitucionales para el desarrollo local. Córdoba

Mazón, T. & Aledo, A. (1996). "El turismo inmobiliario". Diputación Provincial, Alicante

Moore, S.; Williams, P.; Gill, A. (2006) "Finding a pad in paradise: Amenity migration effects on Whistler, British Columbia". En Moss, L. (Ed.). (2006): The amenity migrants. Seeking and sustaining mountains and their cultures". CABI , Oxfordshire, pp. 135-147

Moss, L. (Ed.). (2006) "The amenity migrants. Seeking and sustaining mountains and their cultures".

Nakayama, I., Marioni, S., Lonac, A.; Otero, A. (2005). "Interacciones y efectos sobre el desarrollo local. El caso de San Martín de los Andes y el Parque Nacional Lanín". En: Aportes y Transferencias. Tiempo Libre, Turismo y Recreación. Centro de Investigaciones Turísticas. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad de Mar del Plata, , Año 5. Número I, p. 11-34.

Nakayama, L. & Marioni, S. (2007) "Migración por opción: El fenómeno migratorio en destinos turísticos de montaña". En: Libro de Resúmenes de la IX Jornadas Argentinas de Estudios de Población, Huerta Grande, Córdoba, pp. 63-64

Otero, A; González, R; Gallego, E; Moretto, P; Marioni, S; Nakayama, L.; Paéz, P. (2009) "Urbanizaciones de migración de amenidad en el Corredor de Siete Lagos. Neuquén. Patagonia. Argentina – Amenazas para un futuro cercano" En: Foro Internacional Saberes, Sabidurías e Imaginarios. Córdoba 29, 30 y 31 de Octubre

Ritchie, B; Crouch, G. (2003) "The competitive destination: A sustainable tourism perspective". CABI Oxfordshire

Sociedad de Planificación del Valle de Similkameen (2008) Similkameen In-Migration Survey. Summary Report.

Sheller, M. (2004) "Demobilizing and remobilizing Caribbean paradise". En: Sheller, M & Urry J. (coord) "Tourism mobilities: places to play, places in play". Routledge, London, pp.13-21

Sheller, M & Urry J. (2004) "Tourism mobilities: places to play, places in play". Routledge, London.

Stefanick, L. (2008) "The search for paradise: amenity migration and the growing pains of western Canadian mountain towns". Canadian Political Science Association. Vancouver, B. C.

Zingoni, J. M; Martínez, S; Quartucci, E. (2006) "Causas y efectos de la valorización del suelo urbano en destinos turísticos de la cordillera andino patagónica; el caso de la localidad de San Martín de los Andes". CEPRODER, San Martín de los Andes.

Páginas Web consultadas

Canada, Statistics Canada, "2006 Community Profiles," 2006 Census, released March 13, 2007, downloaded 04 May 08 from <http://www12.statcan.ca/english/census06/data/profiles/community/Index.cfm?Lang=E>

Recibido el 20 de septiembre de 2010

Correcciones recibidas el 02 de abril de 2011

Aceptado el 08 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

TERRITORIO, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE EN LA QUEBRADA DE HUMAHUACA

Paisaje y naturaleza al servicio de la práctica turística

Lucila Salleras*
Universidad de
Buenos Aires - Argentina

Resumen: En este artículo se analiza la relación entre territorio, turismo y desarrollo sustentable en la Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy, Argentina, principalmente a partir de su Declaración como Patrimonio Mundial por la UNESCO en el año 2003, bajo la categoría de paisaje cultural. Se abordan las transformaciones (materiales y simbólicas) en el uso de territorio quebradeño a partir de la Declaratoria de la UNESCO y del incremento de la actividad turística, poniendo el foco en la propuesta del gobierno provincial de impulsar un desarrollo turístico sustentable. Asimismo, se analizan los sentidos de naturaleza y paisaje que circulan en la Quebrada en relación con la práctica turística y las tensiones que ello viene generando a nivel local. El artículo da cuenta que ante la falta de regulación e intervención del gobierno provincial en la preservación del patrimonio natural y cultural de la Quebrada, se han generado serias transformaciones que repercuten en el territorio, medio ambiente, en las costumbres y prácticas culturales de la población local. Se utilizan como fuentes de análisis: entrevistas realizadas a diversos actores (pobladores locales, emprendedores turísticos, funcionarios provinciales y municipales) y documentos provinciales vinculados con la Declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio Mundial, el Plan de Gestión del sitio y el Plan de desarrollo turístico sustentable de la provincia..

PALABRAS CLAVE: territorio, turismo, desarrollo sustentable, Quebrada de Humahuaca, Jujuy.

Abstract: Territory, Tourism and Sustainable Development in the Quebrada de Humahuaca, Argentina.. Landscape and Nature on Available for the Tourism Industry. This article examines the relationship between territory, tourism and sustainable development in the "Quebrada de Humahuaca" (Jujuy, Argentina) mainly from its Declaration as World Heritage Site by the UNESCO in 2003 under the category of cultural landscape. It deals with the changes (material and symbolic) in the Quebrada's territory since 2003 and the growing influence of tourism, focusing on the provincial government's proposal to establish a sustainable tourism development. It also analyzes the meanings of nature and landscape that goes around in the "Quebrada de Humahuaca" in relation to the practice of tourism and the tensions it has generated in the area. The article reports that the absence of regulation and intervention of the provincial government in the preservation of the natural and cultural heritage have been causing serious changes that threaten territory and environment and the customs and cultural practices of the local population. This article is based on the following sources: interviews with different people (local people, tourist businessmen, provincial and municipal functionaries) and documents of the province related to the declarations of the "Quebrada de Humahuaca" as a World

* Licenciada en Sociología por la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina y Doctoranda en Ciencias Sociales por la misma institución. E-mail: lucilasalleras@yahoo.com.ar

Heritage site, its Management Plan and the "Sustainable Tourism Development Plan from the province.

KEY WORDS: *territory, tourism, sustainable development, Quebrada de Humahuaca, Jujuy.*

INTRODUCCIÓN

En el año 2003 la Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy, Argentina, fue declarada Patrimonio Mundial por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), bajo la categoría de *paisaje cultural*. Es un valle andino de 155 kilómetros de extensión que posee una gran riqueza natural, cultural e histórica donde gran parte de su población se reconoce como descendiente de pueblos indígenas. El Comité de Patrimonio Mundial calificó al *paisaje* como un “sistema patrimonial de características excepcionales”, itinerario cultural de 10.000 años del llamado Camino del Inca.

El proceso de patrimonialización fue impulsado por el gobierno provincial, en un contexto de fuerte crisis económica y de expansión del turismo, como una de las más importantes y dinámicas ramas de la economía internacional (Troncoso, 2009a; Janoschka, 2003). La postulación ante la UNESCO fue comunicada y justificada a los pobladores locales y organismos nacionales e internacionales, desde la perspectiva del progreso material (laboral, económico-productivo vinculado con el impulso de la actividad turística) e inmaterial (protección de la cultura y del paisaje) (Bidaseca, et. al., 2011; Troncoso, 2009a).

Es importante destacar que muchos de los sitios declarados patrimonio atraen la atención del turismo y son promocionados para ese fin, más aun cuando los mismos poseen el reconocimiento de la UNESCO. La vinculación del patrimonio con el turismo equivale a su introducción en el mercado y produce cambios cualitativos en las activaciones patrimoniales, afectando –muchas veces- los modos de vida de la población local y sus territorios (Prats, 2006).

Almirón, Bertonecello & Troncoso (2006) señalan que en la actualidad gran parte de las propuestas turísticas se apoyan en la existencia de un sitio con valor patrimonial que califica a un determinado lugar como apto para el turismo y que con ello se busca: la preservación del mismo, el disfrute de los turistas y el desarrollo económico. Según estos autores esta relación entre turismo, patrimonio y territorio debe ser analizada críticamente teniendo en cuenta los verdaderos alcances de la valorización turística del patrimonio y su rol para el desarrollo de los lugares donde se lleva a cabo el turismo. Por su parte, Prats (2003) advierte que no siempre la ecuación patrimonio + turismo es igual a desarrollo, ya que muchas veces el incremento e impulso de esta actividad se lleva a cabo ignorando o devastando el patrimonio (natural o cultural) y provocando impactos insostenibles a largo plazo.

Este artículo se propone analizar la relación entre territorio, turismo y desarrollo sustentable en la Quebrada de Humahuaca, a partir de la Declaratoria de la UNESCO (en adelante Declaratoria) y del incremento de la actividad turística. Es importante señalar que, si bien la afluencia de turistas a la Quebrada no es un fenómeno nuevo, tras el reconocimiento de la UNESCO y la devaluación de la moneda nacional en el año 2002, el turismo aumentó notablemente produciendo marcadas transformaciones (tanto materiales como simbólicas) en el territorio quebradeño.

Para su elaboración se recogieron algunos de los resultados a los que se arribó en un proyecto de investigación de la Universidad de Buenos Aires (S 825) que se inició en el año 2006 y finalizó en junio de 2010. Uno de los objetivos de dicho estudio fue abordar las distintas problemáticas surgidas en la Quebrada de Humahuaca a partir de la Declaratoria de la UNESCO, principalmente las vinculadas con los conflictos de tierras de comunidades indígenas. En el marco del mencionado proyecto se realizaron entrevistas en profundidad a funcionarios provinciales y municipales, a emprendedores turísticos, pobladores locales y turistas; se participó en reuniones y talleres junto con la población local, se recopilaron distintos documentos, legislación nacional y provincial y se realizó una base de datos de periódicos de Jujuy que recoge artículos sobre problemáticas de tierra, patrimonio y turismo en la Quebrada de Humahuaca. El análisis realizado comprendió los siguientes ítems:

- 1) Aproximadamente 25 entrevistas realizadas en la Quebrada de Humahuaca y/o en San Salvador de Jujuy en los años 2008, 2009 y 2010 a diversos actores vinculados con los procesos señalados (funcionarios provinciales y municipales, emprendedores turísticos, pobladores locales);
- 2) Documentos vinculados con la Declaratoria de la UNESCO y el desarrollo turístico de la provincia: Provincia de Jujuy (2002) Quebrada de Humahuaca. Un Itinerario Cultural de 10.000 años. Propuesta para la inscripción en la Lista de Patrimonio Mundial; Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy (2006) Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy; Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy (2009), Plan de Gestión de la Quebrada de Humahuaca, Patrimonio Mundial.
- 3) Datos estadísticos de la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy;
- 4) Páginas Web de agencias de turismo, audiovisuales, etc.

APORTES CONCEPTUALES PARA EL ANÁLISIS DE CASO

Cabe señalar que las definiciones aquí expuestas son sólo un recorte parcial de las múltiples discusiones que los términos de patrimonio, territorio, turismo y desarrollo sustentable acarrearán. Dado

que aquí se abordan las problemáticas y transformaciones territoriales generadas por el incremento del turismo en un sitio patrimonializado, se comenzará por conceptualizar el término patrimonio.

En primer lugar, es importante destacar que el patrimonio no es algo natural ni eterno sino una construcción social que se crea y recrea constantemente (Prats, 1997). De acuerdo con Prats, éste es el resultado de un proceso complementario de invención y construcción social en el que el factor determinante para su constitución como tal es su “capacidad para representar simbólicamente una identidad” (Prats, 1997: 22). Los procesos de patrimonialización suponen dos construcciones sociales. Una es la “puesta en valor o valoración” que existe previamente en toda sociedad a la manera de una jerarquización “de determinados elementos patrimoniales, fruto normalmente de procesos identitarios, no necesariamente espontáneos” (Prats, 2005: 20). La otra consiste en la “activación patrimonial” que supone la construcción de discursos mediante un proceso de selección, ordenación e interpretación de determinados elementos patrimoniales en el cual el saber científico juega un rol fundamental legitimando dichos discursos. Además, señala que el proceso de patrimonialización es impulsado predominantemente por el poder político (aunque también puede surgir de la sociedad civil, gestores culturales, etc.) y que éste debe negociar con la sociedad los elementos que se seleccionarán y “alcanzar el mayor grado de consenso posible, de manera que el discurso subyacente en la activación aparezca legitimado y conforme a la realidad socialmente percibida” (Prats, 2005: 21).

En la misma línea, García Canclini (1999) analiza el patrimonio en términos de capital cultural como un proceso social que se renueva, modifica y es apropiado de manera desigual por diversos sectores de la sociedad. Según este autor se trata de “un espacio de lucha material y simbólica entre las clases, las etnias y los grupos” (García Canclini, 1999: 18), en el que pueden verse las contradicciones y tensiones con respecto al uso y significado del patrimonio en un determinado momento histórico.

En similar tono, el territorio será entendido como ámbito de imbricación de las múltiples expresiones del poder como un espacio geográfico y social específico apropiado por una determinada relación social que lo produce y lo mantiene a partir de una forma de poder. En la medida en que el territorio posee límites, fronteras, es al mismo tiempo una convención y una confrontación, un espacio de conflictualidades (Manzano Fernández, 2005). Es decir que el territorio es un espacio en disputa en el que se dirimen diferentes usos del mismo en función de diversos intereses políticos, económicos y sociales sobre él. Siguiendo esta línea, Porto Gonçalves (2001) señala que el territorio es apropiado por identidades que se fijan en éste –territorialización- a partir de procesos dinámicos y mutables. Así, en cada momento se establecen distintas configuraciones territoriales. Haesbaert (2004) agrega que ese proceso de territorialización implica un dominio (aspecto económico-político) y una apropiación (aspecto simbólico-cultural) de los espacios por los grupos humanos.

Por su parte, Corboz (2001) invita a pensar el territorio como un palimpsesto, como un espacio concreto que es remodelado constantemente tanto por procesos “naturales” como sociales. Para este autor, el territorio no es un dato sino el resultado de la constante interacción entre la sociedad y su ambiente en el que se superponen marcas de diferentes momentos. Es, por lo tanto, “sobre ese palimpsesto donde la nueva definición territorial de la sociedad va a generar cambios al introducir nuevas racionalidades en la organización de dicho territorio” (Reboratti, 2000: s/d).

Las conceptualizaciones propuestas son sumamente sugerentes para pensar las nuevas racionalidades que se introducen en el territorio quebradeño a partir de la Declaratoria y del desarrollo del turismo. Sin lugar a dudas, estos hechos dieron lugar a marcadas transformaciones y disputas en dicho territorio que se expresan tanto en sus aspectos materiales como simbólicos. En esas disputas están involucrados diversos actores (emprendedores turísticos, pobladores locales, funcionarios municipales y provinciales, etc.) con lógicas e intereses distintos sobre el mismo. Por lo tanto, la dimensión territorial que adquiere el desarrollo centrado en la práctica turística debe ser entendida en sus múltiples aspectos y teniendo en cuenta que como toda práctica social tiene implicancias específicas sobre el territorio.

Entonces, el turismo es entendido como una práctica social, como el conjunto de actividades sociales que suponen tanto la producción como el consumo del mismo. “Ello involucra tanto a los empresarios que hacen del turismo una actividad económica como a los sujetos que hacen uso de los medios ofrecidos por el empresariado para vivir aquella experiencia extraordinaria asociada al ocio” (Zusman, 2009:200).

Bertoncello (2002:39) señala que “si el turismo es una práctica social es en las condiciones específicas de cada sociedad que encontraremos las lógicas que estructuran el territorio turístico”. Estas lógicas (que incluyen los lugares de destino, de origen y de tránsito) no actúan sobre un territorio neutro sino que se concretan en él “valorizándolo de distintas formas, apropiándolo material y simbólicamente, actuando y ejerciendo poder a través de él” (Bertoncello, 2002: 40-41).

Por consiguiente, es de destacar que la atraktividad turística de un lugar no es el resultado de los atributos intrínsecos que el mismo posee, sino de procesos de valorización social que definen cuáles de esos atributos o rasgos del mismo se transformarán en atractivos turísticos (Almirón, 2004). Éstos son el “producto de procesos sociales, subjetivos y cambiantes (históricos), en el que se articulan intereses, valores e imágenes (de las sociedades de origen de los turistas y de destino) con los atributos materiales del lugar” (Almirón, 2004: 176).

En síntesis, el turismo produce y transforma el espacio y su desarrollo de forma sustentable requiere de una serie de cuidados sobre el entorno natural y cultural del territorio sujeto a explotación turística.

Ahora bien, el término “desarrollo sustentable” se difunde (y cobra fuerza) a nivel internacional en el año 1987 a partir de la presentación del Informe Brundtland (también conocido como “Nuestro Futuro Común”) por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Dicho documento (aprobado en 1988 por la Asamblea General de la ONU) definió al desarrollo sustentable como “el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (s/d). A su vez establece que la pobreza, la igualdad y la degradación ambiental no pueden ser analizados de manera aislada (Foladori & Tommasino, 2000) y que la protección ambiental debía convertirse en un problema global.

Luego de una serie de reuniones, conferencias e importantes debates sobre el tema se llevó a cabo la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible en la ciudad sudafricana de Johannesburgo en 2002. En esa reunión se definieron los elementos claves para la sustentabilidad y el término de desarrollo sustentable quedó asentado en tres pilares o dimensiones interdependientes: lo ambiental, lo económico y lo social de tal modo que resulte imposible disociarlos. A partir de dicha Cumbre “Se reconocen como objetivos fundamentales y requisitos indispensables para alcanzar el desarrollo sostenible, la erradicación de la pobreza, el cambio de los patrones insostenibles de producción y consumo y la protección y gestión de los recursos naturales que constituyen la base del desarrollo económico y social” (Naciones Unidas- Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible, 2002).

El concepto de desarrollo sustentable desde su surgimiento ha sido muy cuestionado y debatido en el ámbito internacional en diversas reuniones y conferencias vinculadas con el medio ambiente y el desarrollo. Estas discusiones tuvieron desde un principio dos tipos de preocupaciones primordiales: una ecológica vinculada con la contaminación ambiental, la depredación de los recursos naturales, la transformación de los paisajes naturales, etc.; y otra social ligada al tema de la pobreza. Al plantear los problemas y contradicciones del concepto de desarrollo sustentable, Foladori & Tommasino (2000:45) señalan que se presentan tres enfoques diferentes respecto a este concepto: quienes ponen el eje en que la sustentabilidad debe ser exclusivamente ecológica, los que sostienen que esta debe ser ecológica y social pero que la parte social es un vehículo para llegar a una sustentabilidad ecológica (*sustentabilidad social limitada*); y, por último, los que creen que la sustentabilidad debe ser social y ecológica en términos de co-evolución (*co-evolución sociedad-naturaleza*).

Por otra parte, José Manuel Naredo (1997) realiza una sugerente objeción a este concepto señalando que “el uso del epíteto “sostenible” en la literatura económico-ambiental se inscribe en la inflación que acusan las ciencias sociales de términos de moda cuya ambigüedad induce a utilizarlos más como conjuros que como conceptos útiles para comprender y solucionar los problemas del mundo real”. Sin embargo, agrega que si bien se ha difundido un uso banal y meramente retórico de “desarrollo sostenible” en los últimos años se ha conseguido instalar el tema en las universidades y proyectos de la administración pública con la finalidad de clarificar y avanzar en la aplicación de la idea que el término conlleva.

TERRITORIO, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE EN LA QUEBRADA DE HUMAHUACA

En primer lugar es importante señalar que en Argentina, en el año 2005, se creó en el marco de la Ley Nacional de Turismo N° 25.997 el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable con el objetivo de: “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las de las generaciones futuras, en un modo de actuar que articule crecimiento económico, equidad social y equilibrio ecológico, y que tienda al desarrollo autogestionado”. Además, el plan se propone “consolidar definitivamente al Turismo como un sistema altamente eficiente al servicio de la captación, traslación y distribución equitativa de recursos en la vasta geografía socioeconómica nacional” (SECTUR, 2005). Paralelamente, la Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación creó la Unidad de Turismo Sustentable y Ambiente con la finalidad de “emprender una gestión proactiva en materias de protección ambiental y de promoción del turismo sustentable” por la Resolución SAYDS N° 1044/05. En este marco, en ese mismo año la Secretaría de Turismo y Cultura de la provincia de Jujuy contrató una Consultora para que realice un Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, el cual fue presentado en el año 2006.

En segundo lugar, es fundamental remarcar que tanto el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy como el Plan de Gestión de la Quebrada de Humahuaca fueron realizados luego de la Declaratoria. Este último fue exigido por el Centro de Patrimonio Mundial de la UNESCO y el gobierno provincial se demoró seis años en realizarlo. Dicho Plan tiene como objetivos proveer “los medios para establecer un balance apropiado entre la necesidad de conservación, por un lado, y el acceso, el desarrollo económico sustentable y los intereses de la comunidad local, por el otro; por ende, tiene como objetivo principal articular la visión, es decir el propósito y el significado de un sitio” (Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy, 2009: 21).

El Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy (2006) es un documento interesante en tanto plasma un rico diagnóstico de los riesgos que esta sufriendo la Quebrada debido a la ausencia de planificación turística y de conservación adecuada del Patrimonio, mientras que a la vez propone algunos lineamientos estratégicos para alcanzar un turismo sustentable. De acuerdo con el Plan, el desarrollo de un turismo sustentable supone a grandes rasgos la preservación de los recursos naturales, culturales e históricos y la participación de la población local en el “Producto Turístico”, debiendo ser esta la principal beneficiaria de las medidas propuestas.

Entre los lineamientos estratégicos el Plan señala, la importancia de hacer de la provincia de Jujuy un “Referente turístico de la Región Norte Argentino [...] con una decidida participación de la comunidad y de los actores involucrados, fortaleciendo la identidad cultural jujeña como su principal recurso” (Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy, 2006:36). Para ello se propone la realización de un “uso racional del patrimonio cultural y natural”. Este uso racional supone la “preservación y conservación de las culturas, monumentos y entornos”, el “desarrollo del sector terciario y la creación de empleo”. El turismo es presentado como una actividad que puede generar muchos puestos de

trabajo a bajo costo y un desarrollo local y regional. El mismo documento señala que “El turismo es, sin duda, una actividad que puede incentivar y posibilitar la preservación del patrimonio” y para ello pone como ejemplo la importancia de “generar un mercado de artesanías y demás producciones locales”, así como también de revalorizar las festividades autóctonas con el fin de reforzar la identidad de una sociedad, mantener la memoria colectiva y preservar los usos, creencias y costumbres.

Dicho Plan propone un uso del territorio y patrimonio quebradeño en el que se articule el desarrollo económico y cultural a través de la actividad turística. Sin embargo, hasta el momento ese uso de la cultura e incluso de la naturaleza (como se verá en el próximo apartado) al servicio de la práctica turística ha generado ciertos conflictos. Incluso, en el diagnóstico de las consecuencias que está sufriendo la Quebrada el documento señala reiteradamente que por ausencia de una planificación de la actividad turística “la Quebrada de Humahuaca se ha visto en un proceso de puesta en mercado, previo al necesario proceso de puesta en valor” (Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy, 2006: 18) advirtiendo que el territorio quebradeño se encuentra amenazado. Se menciona que dicha puesta en mercado se realizó sin considerar las capacidades locales de organización y gestión del sitio y sin prever los recursos financieros necesarios para establecer un desarrollo sustentable que genere beneficios para la población local.

De las entrevistas realizadas a distintos actores (pobladores locales, emprendedores turísticos, funcionarios municipales) se desprende que durante estos años no ha habido una presencia institucional fuerte del Estado Provincial a través de estrategias y políticas unificadoras que promuevan eficientemente la protección del patrimonio cultural y natural de la Quebrada. Incluyendo la decisión política de promover un desarrollo local y acompañar el crecimiento de la región y de la actividad turística con inversiones en infraestructura y servicios básicos que garanticen una mejor calidad de vida para la población local:

“Acá se tendrían que haber hecho cosas antes de la declaración, se tendrían que haber hecho inversiones de parte del gobierno nacional o provincial [...] los agricultores necesitan beneficios para sus tierras, necesitan una planificación territorial...” (Entrevista a Poblador de Tilcara, 2008).

“[...] acá hay un choque de dos culturas, muy claritas. Los que han tenido herramientas de educación, de comprensión del sistema económico, de comprensión del intercambio para una adaptación social, son muy pocos. La Quebrada y la Puna siempre han quedado relegadas esperando las buenas dádivas de los políticos y nunca hubo una política de desarrollo integral para esa zona y de ahí creo que vienen las grandes falencias que tenemos” (Entrevista a miembro de la Asociación de Turismo Quebrada de Humahuaca y Puna Jujeña, 2009).

Como resultado de la falta de políticas y recursos para que la población local pueda impulsar sus propios emprendimientos de turismo, esta actividad quedó en manos de quienes tuvieron recursos económicos para desarrollarla. Actualmente son muy pocas las experiencias de desarrollo turístico

impulsadas por la población local. Entre algunas de ellas se encuentran caso de Hornaditas (Humahuaca), la Posada El Churcal (Tumbaya) y la Comunidad Ayllu Mama Kolla (Tilcara) que esta a cargo de la gestión de la Garganta del Diablo y sus alrededores y algunas organizaciones de guías locales.

El crecimiento de la actividad turística ha producido un déficit de servicios básicos e infraestructura que, en algunos casos, surge como consecuencia de ese crecimiento y, en otros, solamente sale a flote por el nivel de exposición. “El privado, se dice, va dos, tres pasos antes que el Estado. Y esto lamentablemente es una realidad donde no hubo una planificación en el ámbito local, municipal, de cómo se iba a hacer el crecimiento de estos pueblos. Hoy, uno ve casos particulares como por ejemplo Purmamarca, hoteles que están a medio metro de una ruta nacional. Si uno pregunta quién lo autorizó, ahí entramos en un gran dilema. Porque, lamentablemente [...] se hicieron antes de que exista una legislación provincial [...]. Esto ha generado no solo estos inconvenientes sino también problemas de agua, cloacas, energía eléctrica, recolección de residuos, etc...” (Entrevista a funcionario de la Dirección de Turismo, Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy, 2009)

Hasta el momento no se ha impulsado una política de ordenamiento territorial que permita regular y ordenar el desarrollo de la región. De acuerdo con lo señalado en el Plan de Gestión de la Quebrada de Humahuaca, recién el año 2010 se contrató a una consultora para que realice un Plan de Ordenamiento Territorial de la Quebrada, el cual se encuentra en proceso de evaluación.

Además, en lo ambiental el incremento de la infraestructura para el turismo (hoteles, restaurantes, locales de venta, etc.) y el crecimiento poblacional de la Quebrada han generado la sobre utilización de recursos escasos como el agua y la energía y un aumento creciente de la basura, principalmente en los meses de más afluencia de turistas. Sin embargo, según el mismo funcionario mencionado anteriormente, el Estado ha comenzado a intervenir para solucionar algunas de estas problemáticas:

“Toda una problemática que poco a poco, se ha ido solucionando, inclusive desde el Estado provincial se han hecho inversiones en temas de energía, agua, cloacales. Disposición de residuos... etc.” (Entrevista a funcionario de la Dirección de Turismo, Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy, 2009)

Por otra parte, un miembro de la Asociación de Turismo Quebrada de Humahuaca y Puna Jujeña (ATQyPJ) mencionaba las contradicciones propias del gobierno a la hora de proponer un desarrollo sustentable haciendo hincapié en la importancia de mantener un medio ambiente saludable:

“Acá en la provincia no hay enfoque integral de desarrollo. Porque no puede ser que por un lado se esté favoreciendo el desarrollo turístico y por otro lado el fomento a la minería a cielo abierto” (Entrevista a miembro de ATQyPJ, 2009).

Es decir que, hasta el momento, el uso del término “desarrollo sustentable” ha sido más retórico que de real aplicación. Ni antes, ni después de la Declaratoria se promovieron medidas destinadas a alcanzar un desarrollo en el que se tenga en cuenta el cuidado del medio ambiente, la cultura y el crecimiento económico de la población local. El desarrollo de la actividad turística generó transformaciones tanto materiales como simbólicas en el territorio quebradeño. Entre algunas de esas transformaciones es posible identificar un incremento significativo de la infraestructura para el turismo (hoteles, restaurantes, locales de venta): en la región Quebrada existían 37 alojamientos en el año 2001, mientras que en el año 2009 aumento a 126, es decir un 240,54% (Datos de la Secretaría de Turismo de la provincia de Jujuy, Departamento de Estadísticas). Las localidades en donde más creció la oferta hotelera son Tilcara, Purmamarca y Humahuaca.

Otra de las problemáticas y transformaciones surgidas a partir de la Declaratoria se vincula con la explotación turística de muchas prácticas y costumbres culturales de los quebradeños. Por esta razón, muchos pobladores locales han expresado su disconformidad respecto al uso de ciertas prácticas culturales para fines turísticos, tal como se expresa en la siguiente cita:

“Nosotros tenemos como premisa principal realizar la Pachamama todo el mes de agosto, si? Todo el mes de agosto, eso tiene que ser del 1º hasta el 30, 31 de agosto; esa es nuestra premisa fundamental, pero en algunas partes lo hacen ver en cualquier mes del año y estas cosas, no son así” (Entrevista a poblador tilcareño y representante de la Comisión de sitio de esa localidad, 2008).

Lucila Bugallo (2009) señala que la incorporación en el año 1996 de la ceremonia de la Pachamama en el calendario cívico y educacional provincial (Ley N°4927/96) ha producido que la misma pase del ámbito privado (de cada unidad domestica) al público, produciendo en ocasiones una distorsión del sentido que dicha ceremonia tiene para los pueblos indígenas. De acuerdo con esta autora, en los últimos años la referencia a este ritual se ha diversificado y se habla a la vez de fiesta, ceremonia, festival folclórico y se convoca a la población a participar de ésta como una actividad de entretenimiento.

La situación se hace aun más compleja si se tienen en cuenta las demandas ya existentes de regularización de la propiedad de las tierras de comunidades indígenas como así también los reclamos de vivienda de nuevos y viejos pobladores de la Quebrada de Humahuaca. Al momento de la Declaratoria, Jujuy era una de las provincias con mayor tenencia precaria de la tierra del país (Informe del CELS, 2002). Natalia Borghini (2010) señala que hasta la reforma de la Constitución Nacional de 1994, donde se reconoce a las comunidades indígenas como sujeto de derecho, y luego de una serie de Programas impulsados en el ámbito nacional, la provincia de Jujuy no había avanzado en el diseño de políticas y/o programas que hicieran efectiva la regularización y adjudicación de tierras a las comunidades. En el año 1996 se creó el primer Programa de Regularización y Adjudicación de Tierras a la Población Aborigen de la Provincia de Jujuy (PRATPAJ) mediante un convenio con el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI). Luego de altibajos se

avanzó en la entrega de tierras a comunidades indígenas aunque todavía persisten reclamos de regularización de las mismas en varios lugares de la Quebrada y de la provincia.

Los hechos señalados dejan entrever que el incremento del turismo sin una adecuada regulación por parte del gobierno provincial ha generado marcadas transformaciones en el territorio quebradero. En él se disputa su uso económico, principalmente vinculado a la actividad turística, como así también simbólico-cultural, es decir como espacio de apropiación y de reivindicación de la "identidad cultural quebradera".

"Cuando te hablan de lo que significa el aprovechamiento del turismo como desarrollo en la comunidad implica que tenés que transformar tu pensamiento comunitario y no especulativo de explotar desmedidamente la cuestión. Ahí esta el tema porque cuando hablas de desarrollo hay que preguntarse qué es y hacia donde tenemos que apuntar. Por ahí empezamos a transformarnos en capitalistas [...] No es que no quiero el turismo. Quiero que el turismo venga condicionado por lo que nosotros decidamos. Porque qué es lo que pasa, acá se está disparando un turismo que pone la cultura al servicio de ellos" (Entrevista a funcionario de la Secretaria de Cultura de Humahuaca, 2009).

De esta cita surge el interrogante sobre qué desarrollo se quiere, cómo y quiénes deben llevarlo a cabo. Así como también una fuerte crítica a la explotación turística del patrimonio cultural que se viene desarrollando en la Quebrada de Humahuaca. Sin duda, la activación patrimonial de este sitio y su mercantilización como destino turístico produjo nuevas racionalidades en el territorio quebradeño y conflictos que se articulan con viejas y nuevas demandas locales como: la regularización de la propiedad de la tierra de comunidades indígenas, la preservación de sus costumbres y prácticas culturales, el cuidado y gestión de los recursos naturales, etc.

Para garantizar el desarrollo de un turismo sustentable se requiere de políticas públicas que se focalicen en el cuidado de los recursos naturales y culturales del sitio y en las que la población local sea partícipe y beneficiaria de dicho desarrollo.

PAISAJE [CULTURAL] Y NATURALEZA

Es preciso tener en cuenta que tanto naturaleza como paisaje son conceptos polisémicos que con el correr del tiempo han migrado de una disciplina a otra adoptando diversos significados (Reboratti, 2000). De acuerdo con Aliata & Silvestri (1994), el paisaje debe ser entendido en perspectiva histórica teniendo en cuenta la intercambiabilidad de términos que ha generado su desdibujamiento desde la segunda mitad del siglo XIX hasta su consecuente devaluación. Estos autores señalan que la historia del paisaje es una historia de miradas que aparece como paradigma de ciertas formas de lectura de la realidad, que se van perdiendo o cambiando con el tiempo y de una aspiración –nunca alcanzada– de una armonía mítica entre el hombre y la naturaleza que se habría perdido con la modernidad.

La idea de paisaje supone un escenario y un espectador. El espectador deposita una serie de valores en el escenario y una serie de técnicas desarrolladas para representarlo o construirlo según su propia mirada. Por lo tanto, la construcción estética del paisaje resulta de la separación del sujeto con respecto al objeto y la construcción de este de acuerdo a los valores impuestos por el sujeto (Aliata & Silvestri, 1994).

¿Cualquier espacio puede ser considerado un paisaje? Según estos autores se trata siempre de un espacio exterior que se construye a partir de una relación entre el interior humano (material y simbólico) y un exterior que originalmente fue, o pretendió ser, la naturaleza entendida como la calidad y carácter esenciales de algo. Sin embargo, “la naturaleza” no puede ser considerada sólo “como algo que existe “ahí afuera” – en la vida de las plantas, el comportamiento de los animales o la pauta de los vientos y las corrientes oceánicas- sino también dentro de nuestros mundos mentales y nuestro conocimiento histórico” (Arnold, 2001: 16). La “naturaleza” es lo que la cultura designa como tal (Corboz, 2001).

De acuerdo con Simmel (1986: s/d) la naturaleza es la unidad de un todo, “Si designamos algo real como naturaleza entonces mentamos, o bien una cualidad interna, su diferencia frente al arte y lo artificial, frente a lo ideal y lo histórico o bien el hecho de que debe valer como representante y símbolo de aquel ser-global”. Por lo tanto, para este autor la naturaleza no puede pensarse en “trozos” por que es la unidad de un todo. No así el paisaje el cual supone un recorte, la selección de una parte de esa naturaleza por el hombre. Esa selección de la naturaleza esta atravesada por un determinado punto de vista por lo cual habrá múltiples formas de representar un paisaje.

En consonancia con lo planteado por Simmel respecto a la noción de paisaje, para Nogué (2007:378) éste “es a la vez una realidad física y la representación que nos hacemos de ella; la fisonomía externa y visible de una determinada porción de la superficie terrestre y la percepción individual y social que genera; un tangible geográfico y su representación intangible. Es, a la vez, el significativo y significado, el continente y el contenido, la realidad y la ficción”.

Dicho esto, cabe señalar que la noción de paisaje surge en la modernidad a partir de una determinada idea de naturaleza que comienza a prescindir de Dios para encontrar sentidos internos a ella. Aliata & Silvestri (1994:15) siguiendo a Simmel, señalan que la percepción de valores en la naturaleza sólo fue posible a partir de que el hombre comenzó a dominarla y fue en ese proceso de creación de una segunda naturaleza que éste se volvió nostálgico hacia la idea de naturaleza original. En esta noción de paisaje como construcción y creación del hombre (lo que se podría llamar una segunda naturaleza) la arquitectura jugó un rol primordial desarrollando la idea del diseño y construcción de jardines en diferente escala, lo cual supone una acción concreta para inventarlo (Reboratti, 2000). Tal es así que la construcción del paisaje moderno surge desde la ciudad (así como también las nociones de territorio, medio, naturaleza) y aparece estrechamente relacionada con el dominio material de ésta sobre el campo y con el deseo de un retorno a la naturaleza.

No obstante, más allá de este anhelo de un retorno a la naturaleza y su lugar predominante en la construcción y representación de los paisajes, ya a principios del siglo XX se hablaba de paisaje industrial y urbano. Además, hace unos años ha empezado a acuñarse con más fuerza la noción de paisaje cultural intentando dar cuenta de la relación histórica y cambiante entre el hombre y su ambiente natural.

Ahora bien, en 1992 la UNESCO incorporó la categoría de paisaje cultural en la guía operativa para la implementación de la Convención de Patrimonio Mundial. De esta manera, la Convención se transformó en el primer instrumento jurídico internacional para identificar, proteger, conservar y legar a las generaciones futuras los paisajes culturales de valor excepcional (Rössler, 1998). Una vez instalada en la agenda internacional la importancia de preservar el paisaje como un componente fundamental del patrimonio natural y cultural de los pueblos, en el año 2000, los estados miembros del consejo de Europa hicieron lo suyo y crearon el Convenio Europeo del Paisaje. El convenio hace hincapié en que “el paisaje desempeña un papel importante de interés general en los campos cultural, ecológico, medioambiental y social, y que constituye un recurso favorable para la actividad económica y que su protección, gestión y ordenación pueden contribuir a la creación del empleo” (Convenio Europeo del Paisaje, 2000: 1)

Zusman (2009: 213-214), basándose en Santos (1996), señala que “el criterio de patrimonialización de la UNESCO se torna en una *norma* que acaba dando a ciertos sitios la *forma* de paisajes culturales. Esta norma, a través de la forma que genera, permite dirimir ciertos conflictos por el uso del espacio al promover la inversión turística en estos ámbitos. La UNESCO, se ocupó de dejar en claro este vínculo entre norma (criterio de patrimonialización), forma (paisaje cultural) y capital (turístico)”. De esta manera, el paisaje cultural entra al mercado a través de la práctica turística y paralelamente dicha práctica lo convierte en mercancía (Zusman, 2009).

El primer sitio declarado Paisaje Cultural por la UNESCO en la Sudamérica Continental fue la Quebrada de Humahuaca. Los integrantes del Comité de Patrimonio Mundial calificaron al paisaje como un “sistema patrimonial de características excepcionales”, itinerario cultural de 10.000 años del llamado Camino del Inca (Dictamen ICOMOS, 2003). Según la UNESCO hay tres categorías para la definición de paisajes culturales: 1) paisajes claramente definidos, diseñados y creados intencionalmente por el hombre (jardines y parques); 2) paisajes evolutivos (u orgánicamente desarrollados) resultantes de condicionantes sociales, económicas, administrativas, y /o religiosas, que se han desarrollado conjuntamente y en respuesta a su medio ambiente natural (éstos se dividen en dos subcategorías: paisaje fósil / relictos y paisaje continuo en el tiempo); 3) paisaje cultural asociativo de los aspectos religiosos, artísticos o culturales relacionados con los elementos del medio ambiente (Guía Operativa para la Implementación de la Convención del Patrimonio Mundial de la UNESCO). Dentro de la clasificación señalada, la Quebrada es considerada como paisaje evolutivo (u orgánicamente desarrollado) resultante de condicionantes sociales, económicas, administrativas y/o religiosas, que se han desarrollado conjuntamente y en respuesta a su medio ambiente natural.

LOS SENTIDOS DE LA NATURALEZA Y PAISAJE EN RELACIÓN CON LA PRÁCTICA TURÍSTICA

Desde principios del siglo XX el clima y los paisajes de la Quebrada se constituyeron como un gran atractivo de la zona. En Troncoso (2009b) puede encontrarse un análisis detallado de los cambios y permanencias en la atraktividad turística de la Quebrada, desde el siglo XX hasta la Declaratoria de la UNESCO. La autora da cuenta del carácter histórico y socio cultural de las selecciones implicadas en la definición de los atractivos turísticos, haciendo hincapié en cómo fue cambiando la apreciación de ésta en sus aspectos físico-naturales (clima, paisaje) y culturales.

Sin duda a partir de la Declaración de la Quebrada como Paisaje Cultural por la UNESCO y del incremento del turismo las categorías de paisaje y naturaleza comenzaron a cobrar nuevos sentidos. Para muchos pobladores locales tanto “la naturaleza” como el “paisaje” no tienen el mismo significado que le otorgan emprendedores turísticos y representantes del gobierno, quienes, bajo distintas estrategias, hacen uso de esas nociones para promocionar a la Quebrada como atractivo turístico.

En la postulación de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad (2002), el paisaje natural y cultural es presentado como uno de los recursos primordiales del sitio, como un elemento de contemplación y admiración visual de la forma territorio. Éste es a la vez promocionado por agencias de turismo y por el propio gobierno provincial como atractivo turístico. Por lo tanto, muchos de los discursos que se construyen en torno al mismo están atravesados por una visión mercantilista. La naturaleza es representada como elemento mítico y los hombres que allí habitan forman parte de esa naturaleza. En la página web de dos agencias de turismo francesas decía lo siguiente en referencia a la Quebrada de Humahuaca:

“Pueblos de un mineral raro en la naturaleza donde en cualquier espacio verde aparecen manadas de llamas, burros y ovejas mantenido por los indios, indiferentes al paso del tiempo” (Agencia ABC Latina, Francia. Traducción propia).

“Paisajes de color forman un ambiente armonioso, con sus pequeños pueblos con casas de adobe, iglesias históricas y ruinas pre-colombinas, donde el tiempo parece haberse detenido” (Agencia Route de Voyages. Francia. Traducción propia).

Como señala Troncoso (2009b), la caracterización de la cultura andina de la Quebrada se realiza muchas veces en contraste con la sociedad occidental y con el presente. En esas formas de caracterizar y promocionar a la Quebrada como lugar turístico - que puede verse en videos de promoción turística, folletos y publicidades- muchas veces se termina trasmitiendo una imagen atemporal y arquetípica del territorio y donde ese paisaje cultural que se supone en constante construcción se petrifica en una imagen estereotipada de la Quebrada y sus pobladores.

Por consiguiente, frente a esas caracterizaciones que transmiten una visión romántica y estática de la cultura y paisaje quebradeño, en el Plan de Gestión de la Quebrada Humahuaca (2009) se menciona que a fin de "...evitar acciones que tiendan a momificar el estado original del sitio. La dinámica evolutiva planteada debe continuar de manera que el hombre de la Quebrada pueda convivir con los cambios de vida actual, siempre que se preserven y conserven los rasgos identitarios y los valores por los cuales la Quebrada de Humahuaca fue reconocida como Patrimonio Mundial" (Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy, 2009:116).

Respecto a los sentidos que se construyen desde algunos emprendedores turísticos, en una reunión de la Asociación de Turismo Quebrada y Puna Jujeña (ATQYPJ) uno de sus miembros señaló que en su posada se ofrece la oportunidad de que los visitantes experimenten una vida cerca de la naturaleza, "donde puedan descansar, sembrar, vivir como la gente de la quebrada". En esta propuesta hay una idea de retorno a la naturaleza, de que el turista pueda construir una relación intersubjetiva con ésta. Otro miembro de la misma Asociación habló de la importancia de impulsar un "turismo medio-ambiental", porque es un negocio y es lo que vende. La idea de estos emprendedores es transmitir la importancia que tiene el cuidado del medio ambiente quebradeño y el respeto del hombre hacia la naturaleza. En estas propuestas "naturaleza", "paisaje" o "medio-ambiente" son *clichés*, palabras de uso común que sirven a los fines de promocionar un lugar como destino turístico o para ofrecer al visitante una experiencia de "turismo alternativo".

Ahora bien, frente a ciertos conflictos que se vienen manifestando en la Quebrada, tales como el aumento de la basura por el incremento del turismo en determinadas épocas del año, la saturación de las cloacas en temporada alta y el mal olor que esto genera, la reactivación de las explotaciones mineras que afectan ríos y suelos, entre otros, un miembro de la ATQYPJ insistía en que "el aire debe ser preservado porque es el valor agregado por el cual los turistas visitan la quebrada" (2009). Es decir, que ese recurso debe ser cuidado porque es un elemento por el cual muchos visitantes eligen la Quebrada como destino turístico. Algo similar se menciona en relación al agua, la escasez de ésta, principalmente en determinadas épocas del año, también debe ser solucionada a los fines de cubrir las demandas del turista.

En contraposición con estas miradas, para algunos pobladores nativos ese vínculo hombre-naturaleza es parte de su vida cotidiana y no entra en su imaginario la idea de explotar la naturaleza para que el turista pueda acceder a esa sensación de sentirse parte de ésta:

"El que vive en un entorno, como nació ahí es natural, no se asombra tanto de lo que hay alrededor. No esta especulando, cuanto me puede pagar por esto, por lo otro. Además nosotros tenemos una relación con lo natural, tenemos un respeto por lo cual no estamos pensado en cómo lo podemos explotar" (Entrevista a funcionario de la Secretaria de Cultura de Humahuaca, 2009).

También es bastante habitual encontrar el uso de la palabra naturaleza en referencia a algo “innato”, “esencial” o como un “poder supremo”. Hay quienes hacen referencia a que gracias a “la naturaleza” determinados lugares han podido posicionarse como atractivo turístico en la Quebrada de Humahuaca:

“A Purmamarca la naturaleza le ha dado la posibilidad de desarrollar el turismo. Nadie puede decir que es turista si no viene a Purmamarca.” (Entrevista a delegado de la Comisión Municipal de Purmamarca, 2009). Por otra parte, a diferencia de la forma habitual de pensar la relación entre el hombre y el paisaje, un representante del pueblo Omaguaca decía que “el hombre vive dentro del paisaje natural”.

En la Propuesta de Inscripción de la Quebrada como Patrimonio Mundial se describe el paisaje haciendo referencia a un medio natural y cultural ordenado y armónico: “En la conformación de los poblados, de los entornos y del paisaje en general, se conjugan la geografía, las etnias que la habitan y las corrientes culturales que las animan” Arquitectura y urbanismo, paisaje y medio, se articulan formando un paisaje excepcional (Propuesta para la Inscripción a la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO, Quebrada de Humahuaca. Un itinerario de 10.000 años, Jujuy, 2003). Troncoso (2009b) señala que suele revalorizarse la relación armónica que el mundo andino tiene con su medio ambiente en oposición a como esta relación se da en ámbitos urbanos.

Pero ¿qué pasa cuando esa “armonía” se quiebra, cuando se introducen formas arquitectónicas que no se condicen con la “arquitectura quebradeña” y “alteran” parte de ese paisaje cultural que se pretende preservar? Un diputado provincial frente a la construcción de viviendas populares cercanas al Pucara de Tilcara, cuya fisonomía no se condice con las características arquitectónicas del lugar decía:

“Ni el estado municipal, ni el provincial tuvo en cuenta el lugar donde se hacía. Vos tenés que preservar eso. En un atractivo turístico como el Pucará no podes hacer eso, porque ni siquiera tienen las características arquitectónicas de la zona. Con todas esas cosas hay que tener cuidado” (Entrevista a diputado provincial, 2009).

Como señala Lopo (2007: 24) “El progresivo exilio de sentidos, la simplificación de las pluralidades y la mercantilización de los paisajes, los construye como espacios descargados de su vitalidad y destruye -muchas veces- aquello que pretende distinguir y revalorizar”. Frente a esta preponderancia del valor de exhibición de los bienes culturales por sobre su valor cultural, representantes de pueblos indígenas señalan que se esta dando una “desculturalización” del patrimonio y una “banalización de su historia” a costa de su explotación turística. Reclaman que no quieren verse ilustrados como hace quinientos años, en una historia monolítica, simplificada y estereotipada, dado que tanto ellos como sus tradiciones han cambiado.

En la denominación de la Quebrada de Humahuaca como paisaje cultural hay una recuperación de la dimensión cultural e histórica del paisaje a partir de la cual se destaca el vínculo entre el hombre y la naturaleza. Sin embargo, su mercantilización produce muchas veces un relato místico de la naturaleza y la cultura, silenciando los procesos históricos de lucha y conflictos por el patrimonio y territorio quebradeño.

En función de lo señalado hasta aquí, cabe reflexionar acerca de la necesidad de pensar el desarrollo sustentable teniendo en cuenta todas sus aristas. Es decir, en el que además de garantizarse la sustentabilidad ambiental, económica y social se trabaje también en el respeto de los aspectos simbólicos – culturales que constituyen a un territorio, sin caer en una folklorización del mismo.

CONSIDERACIONES FINALES

El estudio realizado mostró que, ante la falta de regulación e intervención del Estado provincial en la preservación del patrimonio natural y cultural de la Quebrada, se han venido generando serias transformaciones que amenazan el territorio, medio ambiente, las costumbres y tradiciones culturales de la población local. En este sentido, se observó que la “sustentabilidad” -por la que tanto se aboga- ha sido más retórica que real dado que hasta el momento no se ha logrado un desarrollo en el que se equilibre el cuidado del medio ambiente con un mejoramiento en la calidad de vida (económica y social) de la población local.

Asimismo, el análisis de los distintos sentidos de paisaje y naturaleza que circulan en la Quebrada en relación con la práctica turística, permitió identificar algunas de las tensiones que se generan por la caracterización estereotipada y romántica que muchas veces se hace de la Quebrada y sus pobladores. Pudo verse cómo a partir de la categoría de “paisaje cultural” se promueven identidades cosificadas; estereotipos del pasado para el presente a partir de las cuales se crean aparentes armonías y cristalizaciones, ahora productivas para el mercado turístico (Lopo, 2007).

Es importante señalar también que si bien los pueblos indígenas en reclamo de sus derechos territoriales reivindican su raigambre histórica con la tierra, su vínculo tradicional y su relación armónica con la naturaleza, la caracterización folklórica producida desde agencias de turismo, organismos gubernamentales y/o ONGs para promocionar turísticamente a la Quebrada entra muchas veces en tensión con los modos de representación locales.

Entonces, como se ha señalado a lo largo del artículo, muchas estas formas de caracterizar los aspectos naturales y culturales de la Quebrada y el incremento de la infraestructura y servicios para el turismo han producido disputas materiales y simbólicas sobre el territorio y patrimonio. A ello se suman las demandas históricas de regularización de la propiedad de las tierras de comunidades

indígenas, que en el caso de la Quebrada es cada vez más complejo dado el aumento poblacional y la compra de terrenos para la construcción de infraestructura para el turismo.

Pensar en territorio, turismo y desarrollo sustentable supone tener en cuenta entonces que el territorio (y en este caso el patrimonio) está atravesado por relaciones de poder en el que se dirimen diversos intereses en torno al mismo.

En este sentido, es importante advertir que el turismo no es una actividad inofensiva, sino que genera impactos sobre el territorio, moldea las relaciones socio-económicas locales y sin regulación por parte del Estado puede dar lugar a procesos insostenibles a largo plazo. De allí la importancia de reflexionar sobre la relación que existe entre territorio, turismo y políticas públicas, teniendo como eje la construcción un desarrollo sustentable en el que se articulen las dimensiones ambiental, económica y social, y se garantice el respeto de los aspectos simbólico culturales que constituyen a un territorio.

Agradecimientos: A todos los entrevistados por brindar su tiempo y colaborar con la presente investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC Latina** <http://www.abc-latina.com/argentine/tourisme.htm>. Francia. Última fecha de consulta: Enero 2011
- Aliata, F. & Silvestri, G.** (1994) "El paisaje en el arte y las ciencias humanas". Centro Editor de América Latina, Buenos Aires
- Aliata, F. & Silvestri, G.** (2001) "El paisaje como cifra de armonía". Nueva Visión, Buenos Aires
- Almirón, A.** (2004) "Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo". GESOU – Espaço e Tempo 16: 166-180
- Almirón, A., Bertonecello, R. & Troncoso, C.** (2006) "Turismo, patrimonio y territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos de Argentina". Estudios y Perspectivas en Turismo 15: 101-124
- Anfitrión Travel** <http://www.anfitriontravel.com.ar>, Salta, Argentina. Última fecha de consulta: Enero 2011
- Arnold, D.** (2001) "La naturaleza como problema histórico". FCE, México
- Asociación de Turismo Quebrada de Humahuaca y Puna Jujena:** <http://www.quebradaypuna.org.ar>. Última fecha de consulta: Enero 2011
- Bertonecello, R.** (2002) "Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas". Aportes y Transferencias 6 (2): 29-50
- Bidaseca, K.; Borghini, N.; Millan, F. & Salleras, L.** (2011) "Donde llega el diablo. Identidades exotizadas y procesos de patrimonialización en la Quebrada de Humahuaca". En Bidaseca, K. (Dir.) Signos de la identidad indígena. Emergencias identitarias en el límite del tiempo histórico. SB, Buenos Aires, 47-74

- Bidaseca, K.; Borghini, N. & Salleras, L.** (2010) "Turismo, patrimonio y políticas de identidad en la Quebrada de Humahuaca". II Congreso Internacional de Desarrollo Local, UNLA. Buenos Aires, 14 al 17 de Junio
- Borghini, N.** (2010) ¿Políticas provinciales, o la Nación en la provincia? Jujuy frente al desafío de los derechos territoriales de las comunidades indígenas. 1º Congreso Internacional Extraordinario de Ciencia Política América Latina: Los desafíos de la diversidad. Hacia la construcción del futuro. San Juan, 24 al 27 de agosto
- Borghini, N., González, M. & Salleras, L.** (2009) "Luchas políticas y simbólicas en torno a la idea de Patrimonio en la Quebrada de Humahuaca". VIII Reunión de Antropólogos del MERCOSUR RAM "Diversidad y Poder en América Latina". Buenos Aires, 29 al 2 de octubre
- Bugallo, L.** (2009) "Marcas del espacio andino de la Puna de Jujuy: un territorio señalado por rituales y producciones". En: Ellison, A & Martínez Mauri, M. (Coord.) Paisaje, espacio y territorio. Reelaboraciones simbólicas y reconstrucciones identitarias en América Latina. Abya Yala, Quito, pp. 69-86
- CELS** (2002) http://www.cels.org.ar/common/documentos/informe_2002_cap_10.pdf.
- Consejo de Europa** (2000) Convenio Europeo del Paisaje, Florencia
- Corboz, A.** (2001) El territorio como palimpsesto. En: Corboz A. (coord.) Le territoire comme palimpseste et autres essais. Besancon, Paris, pp. 15-36
- Corpachac turismo** <http://www.corpachac.com.ar>, San Salvador de Jujuy, Argentina. Última fecha de consulta: Enero 2011
- Foladari, G. & Tommasino, H.** (2000) "El concepto de desarrollo sustentable 30 años después". Desenvolvimento e Meio Ambiente, 1 (jan./jun): 41-56
- García Canclini, N.** (1999) "Los usos sociales del Patrimonio Cultural". En: Aguilar Criado E. Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, pp. 16-33
- Haesbaert, R.** (2004) O mito da Desterritorialização. Do "fin dos territorios" à multiterritorialidade. Bertrand, Río de Janeiro
- Janoschka, M.** (2003) "El turismo en la Quebrada". En: Reboratti, C. (coord.) La Quebrada. Geografía, historia y ecología de la Quebrada de Humahuaca, Ed. La Colmena, Buenos Aires
- Lopo, M.** (2007) Los "paisajes [culturales]" como potenciales integradores del patrimonio fragmentado. Otro aporte para las clasificaciones desde una mirada socio-territorial (nada apocalíptica). Paisajes Culturales en Argentina, ICOMOS Argentina y Departamento de Arqueología. Universidad Nacional de Rosario, Rosario, 20 y 21 de Abril. En: <http://www.icomosargentina.com.ar/publicaciones/34-paisajes-culturales-en-argentina.html>
- Mançano Fernandez, B.** (2005) "Movimentos socioterritoriais e movimentos socioespaciais" OSAL Año VI Nº 16, Junio, CLACSO, Buenos Aires. 273-283
- Naciones Unidas – Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo** (1988) "Nuestro Futuro Común". Alianza Editorial, Barcelona
- Naciones Unidas** (2002) Informe de la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible, Johannesburgo 26 de agosto al 4 de septiembre

- Naredo, J. M.** (1997) "Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible". En: <http://habitat.aq.upm.es/cs/p2/9004.html>
- Nogué, J.** (2007) "Territorios sin discurso, paisajes sin imaginario: retos y dilemas". *Revista Ería*, 73-74: 373-382
- Porto Gonçalves, C.** (2001) "Geo-grafías. Movimientos sociales y nuevas territorialidades y sustentabilidad". Siglo XXI, México
- Prats, L.** (1997) "Antropología y patrimonio". Ariel, Barcelona
- Prats, L.** (2003) "Patrimonio+Turismo= ¿Desarrollo? Pasos. *Revistas de Turismo y Patrimonio Cultural*. 1 (2): 127-136
- Prats, L.** (2005) "Concepto y gestión del patrimonio cultural". *Cuadernos de Antropología Social* (21): 17-35
- Prats, L.** (2006) "La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias". *PH Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico* (58): 72-80
- Provincia de Jujuy** (2002) "Quebrada de Humahuaca. Un itinerario cultural de 10.000 años. Propuesta para la inscripción en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO, San Salvador de Jujuy
- Reboratti, C.** (2000) *Ambiente y sociedad, conceptos y relaciones*. Ariel, Buenos Aires
- Rössler, M.** (1998) "Los paisajes culturales y la convención de Patrimonio Mundial". En: Mújica Barreda (ed.) *Paisajes culturales en los Andes*. UNESCO-ICOMOS. En: http://www.condesan.org/unesco/paisajes_culturales_andes.htm
- Route de Voyages** <http://www.route-voyages.com/>. Francia. Última fecha de consulta: Enero 2011.
- Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable (SAYDS)** (2005) Resolución N° 1044 Creación de la Unidad de Turismo y Ambiente, Buenos Aires
- Secretaría de Turismo y Cultura de Jujuy (S/d)** - Audiovisual "Viva Jujuy". San Salvador de Jujuy
- Secretaría de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy** (2006) "Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy", San Salvador de Jujuy
- Secretaría de Turismo y Cultura de la Provincia de Jujuy** (2009) "Plan de Gestión de la Quebrada de Humahuaca, Patrimonio Mundial", San Salvador de Jujuy
- Gobierno de Jujuy, Secretaría de Turismo.** Datos estadísticos de la oferta hotelera de Jujuy 2001-2009, San Salvador de Jujuy
- SECTUR – Secretaría de Turismo de la Nación** (2005) "Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable", Buenos Aires
- Simmel, G.** (1986) "El individuo y la libertad. Ensayos de crítica de la cultura". Península, Barcelona.
- Solar del Trópico** <http://www.solardeltropico.com>. Huacalera, Jujuy. Última fecha de consulta: Enero 2011
- Troncoso C.** (2009a) "Patrimonio y redefinición de un lugar turístico. La Quebrada de Humahuaca, Provincia de Jujuy, Argentina". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 18: 144 – 160
- Troncoso C.** (2009b) "El retrato cambiante de la Quebrada de Humahuaca. Transformaciones y permanencias en sus atractivos turísticos". En: Bertonecello, R. (Comp.) *Turismo y Geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina*. Ciccus, Buenos Aires, pp. 17-42

UNESCO (1992) Guía operativa para la Implementación de la Convención del Patrimonio Mundial, París

Zusman, P. (2009) "El paisaje: la razón y la emoción al servicio de la práctica turística". En: Bertoncello, R. (Comp.) Turismo y geografía: lugares y patrimonio natural-cultural de la Argentina. Ciccus, Buenos Aires, pp. 199-216

Recibido el 17 de noviembre de 2010

Correcciones recibidas el 21 de marzo de 2011

Aceptado el 06 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

RITO, CAMBIO CULTURAL Y LA NATURALEZA CÍCLICA DEL TURISMO

Roque Pinto*
Universidad Estadual de
Santa Cruz – Ilhéus - Brasil

Resumen: Este artículo tiene como objetivo presentar el modelo general del turismo según una perspectiva cíclica, donde la actividad turística es comprendida como un espacio-tiempo extraordinario y ritualizado; teniendo en cuenta que la experiencia turística puede generar cambios en la conducta de los turistas, impactando en la sociedad de origen, configurándose así, como un factor relativamente importante para los cambios socio-culturales.

PALABRAS CLAVE: turismo, rito, cambio cultural.

Abstract: Rite, Cultural Change and the Cyclical Nature of Tourism. This text seeks to present the general model of tourism according to a cyclical perspective, where the activity is understood like a space-time extraordinary and ritualized, considering that the tourist experience is likely to promote changes in the conduct of the tourist on their society of origin, representing a relatively important factor of socio-cultural changes.

KEY WORDS: tourism, rite, cultural change.

INTRODUCCIÓN

Es sabido que una de las condiciones de existencia del turismo es la conformación del espacio y de la respectiva percepción ocular del visitante (Urbain, 1993; Selwin, 1996; Urry, 1999; Graburn & Barthiel-Boucher, 2001; Simmonicca, 2007; Santana Talavera & Pinto, 2008; Pinto 2009), y que estas disposiciones materiales y simbólicas son informadas según un ámbito estético que embebe la vida social mediante una especie de “*re-encantamiento del mundo*” a través de los medios de comunicación (Sodré, 1994; Carretero Pasín, 2006; Mendes, 2007; Saavedra, 2007; Vásquez Rocca, 2007).

De hecho, para algunos autores el surgimiento del turismo de masas en algunas partes del mundo, después de la posguerra, sería el reflejo o incluso una sinécdoque de la contemporaneidad (MacCannel, 2003; Smith, 1992; Augé, 2001; Simonicca, 2001; 2007; Santana Talavera, 2009; Pinto, 2009), en medio de la comprensión de la interacciones que se establecen entre el mundo del consumo y de la reproducción de una estética marcada por la saturación de las imágenes y las simulaciones, donde surge y se establece el turismo; definido por la OEA como *la mayor industria del mundo y el principal desplazamiento humano en tiempos de paz en la historia de la humanidad* (OEA, 1996).

* Doctor en Antropología Social por la Universidad de La Laguna (España). Se desempeña como profesor de antropología en la Universidad Estadual de Santa Cruz (Brasil). E-mail: roquepintosantos@gmail.com

Aunque no se puede perder la dimensión de que dichas disposiciones se dan bajo el punto de vista del turista, en el contexto de un proceso cíclico que se alterna entre el universo habitual y familiar del trabajo y de la vida ordinaria y el espacio-tiempo del turismo, marcado por una estadía temporaria fuera del territorio de residencia y trabajo del turista.

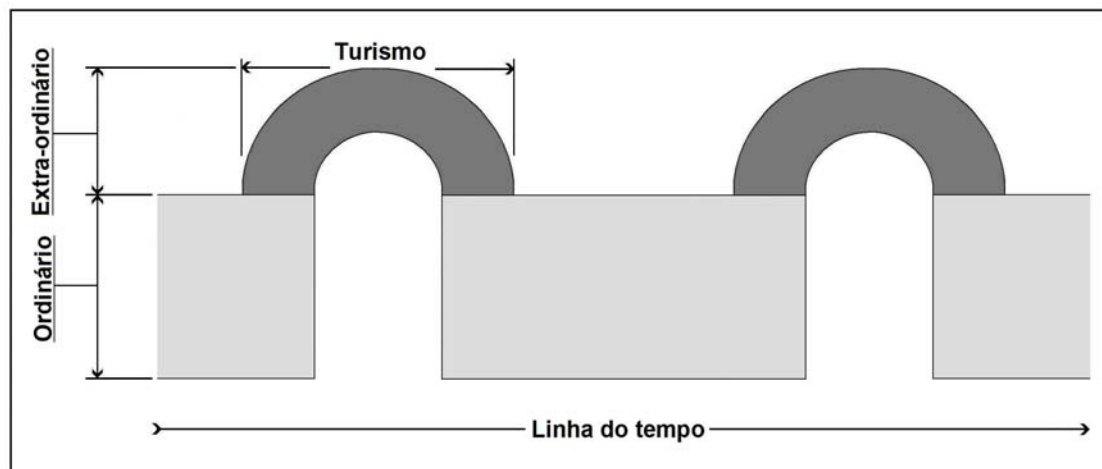
Por lo tanto, dentro del *continuum* del mundo social marcado por las actividades productivas, el turismo puede ser comprendido, dentro de una perspectiva durkheimiana-maussiana de la división del mundo social entre lo ordinario-profano y lo extraordinario-sagrado, como una especie de ritual episódico inscripto en el período de no trabajo, significando un espacio-tiempo que demarca una ruptura temporaria con el mundo cotidiano (Graburn, 1977; 1992; Jafari, 2007).

Desde esta perspectiva el desplazamiento espacial del turista estaría relacionado con el desplazamiento psico-cultural del sujeto que lo corporifica en el sentido de asumir provisoriamente, dentro del campo extra-cotidiano del turismo, papeles distintos de aquellos vividos ordinariamente; y que dicha experiencia tendría repercusiones no sólo en el espacio estrictamente turístico, sino también fuera de él.

EL TURISMO COMO ACTIVIDAD CÍCLICA RITUALIZADA

En ese sentido, según la lógica de la perspectiva cíclica y procesual del turismo, se puede diseñar un modelo metodológico en el cual el mundo cotidiano sería definido como un campo mundano/profano en oposición complementaria al espacio sacralizado vivido transitoriamente en el disfrute turístico (Figura 1). Y el propio desplazamiento físico y social del turista puede ser pensado como un viaje sagrado moderno, vivido ritualmente en ciclos en el tiempo (Graburn, 1977; 1992; Turner, 1995; MacCannell, 2003; Van Gennep 2008; Segalen, 2005).

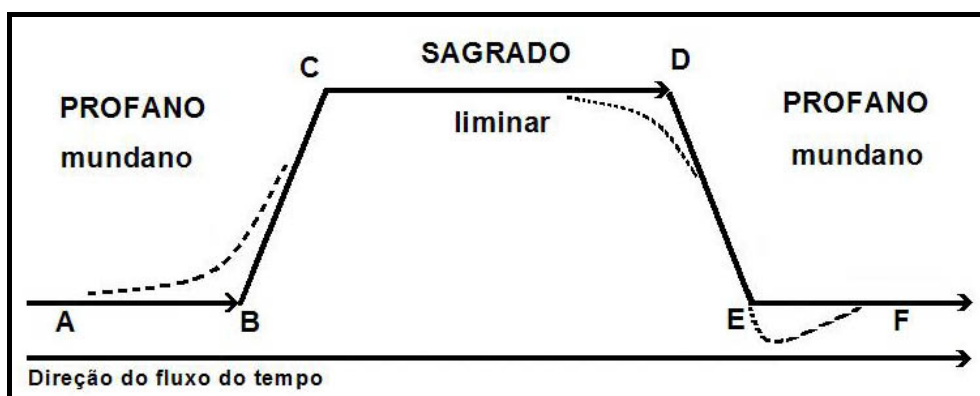
Figura 1: Esquema del turismo como una ruptura cíclica con lo cotidiano



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 2 se puede observar la “*metáfora visual del trampolín*” descrita por Graburn (1977) y Jafari (2007), una imagen que evoca un “salto” temporario y cíclico al campo extra-cotidiano del turismo intercalado con el regreso a la vida ordinaria. En los segmentos A-B se verifica el flujo regular de la vida social cuyas presiones y tensiones incitan a transponer momentáneamente “*el confinamiento*” (Jafari, 2007, 48) del día a día y “saltar” al mundo del turismo, como se observa en el segmento B-C. El espacio-tiempo extraordinario vivido durante la estadía turística es representado en el segmento C-D que antecede la “*vuelta a casa*”, el regreso inevitable al mundo de la “*realidad permanente*” que aparece en el segmento E-F.

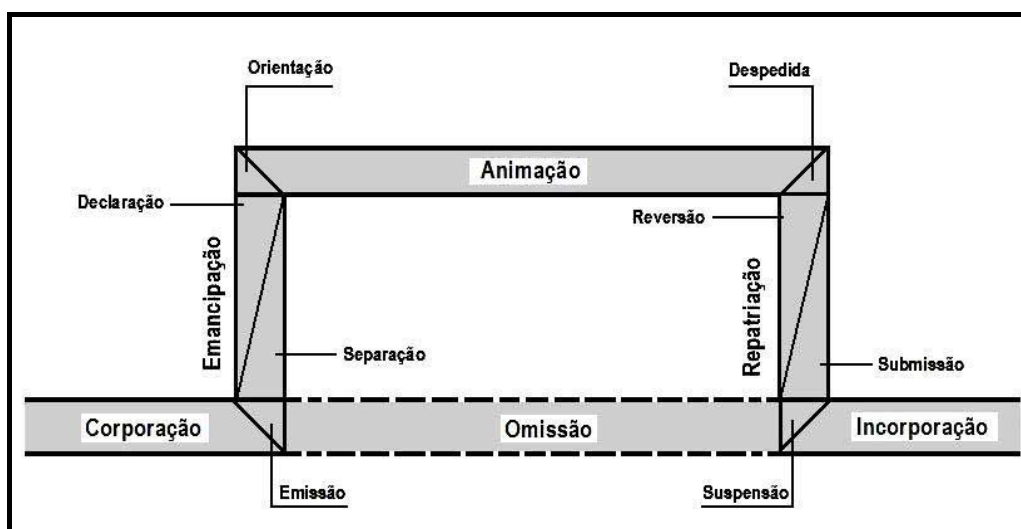
Figura 2: Esquema del turismo como actividad cíclica ritualizada



Fuente: Basado en Graburn (1977 y 1992)

En la Figura 2, las líneas cortadas indican los estados mentales que acompañan los momentos cruciales del modelo: de excitación por la expectativa del viaje entre los puntos B-C; de vivencia de una experiencia que se pretende única, en el segmento C-D; de disminución del ánimo anterior por la eminencia del retorno al mundo cotidiano, entre los puntos D y E; y de abatimiento, entre los puntos E y F, con la vuelta al mundo ordinario.

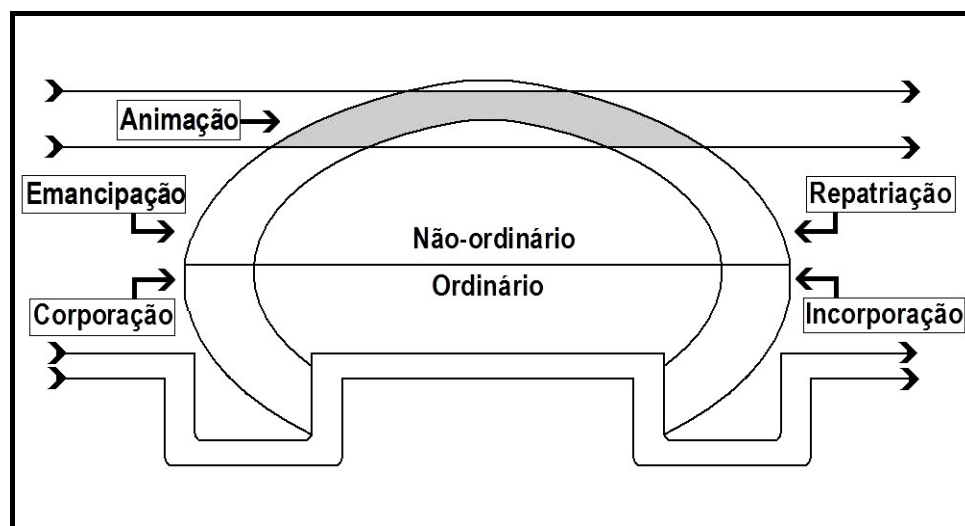
Figura 3: Esquema de las etapas del turismo



Fuente. Basado en Jafari (2007)

Se propone, a partir de la representación gráfica de Graburn, un esquema más detallado, donde cada etapa del proceso comporta una serie de situaciones-límite que, conjuntamente, componen un modelo procesual-ritual de conversión del individuo en turista y su regreso al mundo ordinario (Pereiro, 2009).

Figura 4: Esquema simplificado de las etapas del turismo



Fuente: Basado en Jafari (2007)

Ese modelo implica un ciclo marcado por algunas etapas transitorias (Figuras 3 y 4), donde aparecen las fases de:

- ♦ *Corporación* – la vida ordinaria donde se localizan los turistas potenciales, esto es, el propio espacio del mercado turístico, donde se hace efectiva la decisión de viajar, incluyendo ahí todo el aparato mercadológico y comunicacional que será decisivo en la elección del destino y en el tipo de turismo que será practicado, culminando en la preparación definitiva del viaje, es decir, en el proceso de *emisión*.

- ♦ *Emancipación* – en ese momento el individuo se siente liberado de los límites cotidianos y comienza a integrarse al universo extraordinario del viaje: es el proceso mismo de transformación del sujeto en turista. Puede dividirse en dos etapas, la de *separación*, que comporta una noción espacial de salida del *locus* ordinario, de sobrepasar las fronteras de la ciudad y salir a la ruta o embarcar en un avión, hasta la llegada al hotel del destino; y la etapa de *declaración*, marcada por la asunción de la identidad del turista inscrita en las expectativas, conductas e indicadores simbólicos relativos al turista, como la vestimenta o los aparatos de registro de la imagen.

Así, la nueva identidad y el nuevo papel asumidos por el sujeto tienen su guión en el turismo y su telón de fondo en el destino turístico, de modo que su performance (incluyendo la suspensión o relativización de las reglas y valores de la sociedad de origen) se ajusta y se orienta según ese escenario provisorio.

De ese modo, las etapas de *separación* y *declaración* operan articuladamente para convertir al individuo en turista y, cuando ese proceso es internalizado por el turista y externalizado por los que lo rodean, induce al turista a un tipo de magia emancipadora, en la medida en que:

[...] *'legaliza' su nuevo status, 'legitima' su acción, e incluso sacraliza su progresión. El nuevo estilo de vida es bienvenido por el self y aprehendido por otros, y de este modo se desarrolla con escasa o nula interferencia de los límites anteriores respecto al mundo no-ordinario* (Jafari, 2007, 52).

♦ *Animación* – en ese proceso, la cultura de origen del turista se va diluyendo de manera residual, mientras que la variedad cultural derivada del mundo del turismo asume cada vez más una posición protagonista:

[...] *el modus operandi et vivendi del 'reino turístico' comienza a definir y a redefinir roles, reglas, sentidos, movimientos, formas, fuerzas, expectativas, procesos; y la noción de animación captura este estado inestable o ilusorio de flotación, desapasionamiento, indolencia o desconexión, trascendiendo los límites ordinarios, lejos de todo* (Jafari, 2007: 53).

Aunque sea necesario un período de *orientación* en el destino con la ubicación espacial y social del turista en el campo del disfrute, el entretenimiento es marcado por la debilidad tanto de los dispositivos de autocontrol “dejados” en la sociedad de origen del turista como del control externo, inclusive de las vías formales de mantenimiento del orden público y las vías informales de represión social.

Es decir, un comportamiento que sería censurable o castigable si fuera presentado por un “nativo” en el espacio turístico, es consentido cuando se trata de un turista, tanto por una cuestión económico-instrumental (su conducta es tolerada porque gasta dinero allí) como por la creencia de que el turista es un sujeto culturalmente desfasado de ese contexto.

En el ámbito del disfrute turístico actúa una poderosa fuerza social que lleva a los turistas a experimentar prácticas, sensaciones y situaciones nuevas. Sería una consecuencia de las disposiciones psíquicas que integran la práctica turística, al proyectarse expectativas y fantasías en un lugar distinto de aquel donde se vive.

Por lo tanto, al desplazamiento físico le sigue el “desplazamiento” psico-socio-cultural al permitirse hacer cosas y vivir momentos que no podrían (o no deberían) ser realizados en la comunidad de origen, inclusive a causa de la represión social ordinaria a que los individuos están sometidos en el mundo ordinario-cotidiano (Berger & Luckmann, 1985; Elias & Dunning, 1992; Foucault, 1993; Todorov, 2008).

Es en ese sentido que algunos autores sugieren que exista una relación directamente proporcional entre la distancia física y cultural del destino y el distanciamiento del comportamiento

normativo del viajero en el ejercicio del turismo (Burns, 2002; Castaño, 2005), a medida que su yo (*self*) se disocia de su entorno socio-cultural (que lo presiona en el sentido de mantener las regularidades normativas inherentes a su sociedad de origen). El paso final de esta fase se caracteriza por la despedida (*valediction*), señalando el fin de la aventura turística y los preparativos para volver a la “realidad”.

♦ Repatriación – es el regreso al mundo ordinario, compuesto por dos etapas complementarias: la *reversión*, que se inicia cuando el turista comienza a vislumbrar la vuelta a las obligaciones cotidianas y se acaba con el abandono del espacio turístico y el cierre de las valijas; y la *sumisión*, con la reincorporación de las funciones triviales y la emergencia del *self* ordinario modelado por las reglas sociales habituales.

♦ Incorporación – la “vuelta a casa” y el regreso a la vida cotidiana, cuyo impacto se percibe en la etapa de *suspensión* (emulsión), marcada por el desánimo derivado del abandono ineludible de la cima del trampolín, que podría ser descripto (irónicamente) como una especie de choque cultural por el retorno al propio lugar.

Al superponer el modelo jafariano al esquema de Graburn (1977; 1992), se observa gráficamente un modelo procesual y circular de formación de demanda y consumo de turismo (Figura 5) que, por un lado, incorpora el sentido ritual enfatizado por los autores y, por otro, demuestra la interdependencia cada vez más profunda entre las “periferias del placer” y el mundo ordinario donde se origina y se define la “necesidad” de practicar turismo.

EL TURISMO EXTENDIDO A LA SOCIEDAD DE ORIGEN DEL TURISTA

Sistematizando y ampliando la propuesta original de Graburn y Jafari, se puede inferir que los efectos bio-psico-sociológicos del turismo, más allá de los experimentados en el destino, se desarrollan con mayor o menor intensidad en las sociedades de origen de los turistas en la medida en que el turista que regresa lleva consigo una carga de vivencias y recuerdos originados *abroad* que potencialmente puede ser revivida *at home*.

En la figura 6 se aprecia una representación gráfica de ese proceso, enfatizando la dimensión ritual y procesual de la actividad turística, por un lado, y su posibilidad de cambiar la conducta de los individuos en la sociedad de origen, por otro lado. Se parte del momento de inercia cotidiana (punto A), afectada por la etapa de la motivación y la respectiva decisión de viajar. Una vez definidos el destino, la forma de viajar y el alojamiento, se realiza el desplazamiento físico propiamente dicho, cuando el individuo se transforma, efectivamente, en turista.

Al llegar al destino se da la cumbre de la experiencia turística, la suspensión temporaria de los tabúes de origen y el respectivo gozo hedonista en un espacio-tiempo extraordinario dentro de una

visión parcial y exageradamente estética del lugar, muchas veces dirigida por los *brokers* turísticos. Luego del disfrute turístico, comienzan los preparativos para el regreso y el viaje de vuelta.

En el regreso a la sociedad de origen, se vive la fase de mostrar a los pares el “haber estado allá”, cuyas pruebas pueden ser intangibles como la descripción de las experiencias y los lugares visitados, y el relato de haber conocido nuevos horizontes de *bon goût* (buen gusto), de consumo, de moda, gastronómicos, sexuales, etc.; o pruebas materiales, tales como el bronceado, los suvenires, las postales, los regalos de viaje, etc.

Factores como la intensidad de la experiencia turística, el tiempo de permanencia fuera de casa, el grado de distanciamiento cultural del destino en relación a la sociedad de origen del turista, la propensión socio-psicológica de éste a aceptar el disfrute de nuevas experiencias y nuevos modelos de conducta, la satisfacción personal con la experiencia vivida en el espacio-tiempo turístico y el deseo de repetirla, pueden combinarse de tal modo que el turista podrá alterar su propia conducta ordinaria en la sociedad en que vive.

Esos cambios podrían ser clasificados, conforme la Figura 6, como un *diferencial cultural* ΔB , es decir, la distancia entre B, la conducta ordinaria similar a aquella encontrada en el punto A, y B', marcada por la adquisición de nuevas prácticas, valores y visiones del mundo promovidas por la experiencia turística.

Con todo, para que ese nuevo modelo de conducta derivado de la experiencia extra-cotidiana propiciada por el turismo (B') sea replicado en la sociedad de origen, es necesario que se disponga de condiciones materiales y sociales específicas. Evidentemente que no se puede disfrutar de la gastronomía tailandesa o ejercitar el paladar del novel enólogo si no hay restaurantes especializados o tiendas de vinos en el sitio dónde reside el “turista retornado”.

En efecto, cuanto mayor es la distancia ΔB , mayor es el desvío relativo al patrón de conducta considerado como referencial en la sociedad de origen; cuyos casos extremos podrían ser ilustrados, entre otros, como prácticas sexuales poco usuales o desviantes, incluyendo la pedofilia.

Así, el turismo repercute en la conducta individual y, por lo tanto, en el estilo de vida (considerándolo como uno de los aspectos de la cultura) en al menos dos puntos fundamentales: (a) como un elemento de consumo demarcador de prestigio; y (b) como una experiencia que traspasa los límites del espacio-tiempo turístico y pasa a influenciar la propia conducta ordinaria del sujeto en la sociedad de origen.

CONCLUSIÓN

Según una perspectiva más general de comprensión de la actividad turística, se destaca desde el punto de vista del turista su incidencia cíclica y ritual como una práctica extra-cotidiana, opuesta y complementaria del mundo ordinario. Y, dada la naturaleza anti-estructural del turismo, en la medida en que el turista se aleja geográficamente de la sociedad de donde proviene tiende también a alejarse en el aspecto simbólico-cultural, liberándose temporalmente de las amarras psico-culturales de origen, considerándose que el yo (*self*) es inevitablemente social y situacional (Goffman, 1951 & 1959; Cooley, 1970; Bromm & Selznick, 1979; Horton & Hunt, 1980).

En ese sentido, la experiencia en el espacio turístico, aunque vivida fuera del mundo ordinario y en gran medida idealizada, ritualizada y estetizada, puede convertirse en un factor propulsor de transformaciones en la conducta de los sujetos dentro de su propio mundo cotidiano y familiar, apuntando a las consecuencias de la actividad turística más allá del espacio-tiempo demarcado para el disfrute en el destino, configurándose como un importante factor de cambio socio-cultural incluso en las sociedades emisoras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Augé, M.** (2001) "Rapports entre tourisme, culture et territoire". *Turisme i Cultura. Debats del Congrés de Turisme Cultural. Saló Internacional del Turismo a Catalunya*. Fundació Interarts, Barcelona, pp. 21-31
- Berger, P. & Luckmann, T.** (1985) "A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento". Vozes, Petrópolis
- Bromm, L. & Selznick, P.** (1979) "Elementos de sociologia". Livros Técnicos e Científicos, Rio de Janeiro
- Burns, P.** (2002) "Turismo e Antropologia: uma introdução". Chronos, São Paulo
- Carretero Pasín, A. E.** (2006) "Masas posmodernas: El retorno del exceso constreñido en la modernidad". *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, 10(1): 11-36
- Castaño, J. M.** (2005) "Psicología social de los viajes y del turismo". Thompson, Madrid
- Cooley, C.** (1970) "A Sociedade e o indivíduo". In: Pierson, D. (Org.) *Estudos de Ecologia Humana: Leituras de Sociologia e Antropologia Social*. Tomo II. Martins Editora, São Paulo, pp. 44-54
- Elias, N. & Dunning, E.** (1992) "A busca da excitação". Difel, Lisboa
- Foucault, M.** (1993) "Microfísica do poder". Graal, Rio de Janeiro
- Goffman, E.** (1951) "Symbols of class status". *The British Journal of Sociology*, 2(4): 294-304
- Goffman, E.** (1959) "The representation of self in everyday life". Doub, New York
- Graburn, N.** (1977) "Tourism: the sacred journey". In: Smith, V. (Coord.) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia, pp. 17-32
- Graburn, N.** (1992) "Turismo: el viaje sagrado". In: Smith, V. (Coord.) *Anfitriones e Invitados. Antropología del turismo*. Endymión, Madrid, pp. 45-68

- Graburn, N. & Barthiel-Boucher, D.** (2001) "Relocating the tourist". *International Sociology* 16(2): 147-158
- Horton, P. & Hunt, C.** (1980) "Sociologia". McGraw-Hill, São Paulo
- Jafari, J.** (2007) "Modelos del turismo: los aspectos socioculturales". In: Lagunas, D. (Coord.) *Antropología y Turismo. Claves Culturales y Disciplinarias*. Plaza y Valdés, México, pp. 47-71
- MacCanell, D.** (2003) "El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa". Melusina, Barcelona
- Mendes, C.** (2007) "Baudrillard e a pós-modernidade." *Dados. Revista de Ciência Sociais*, 50(1): 5-9
- OEA – Organização dos Estados Americanos** (1996) "Apoio às atividades da OEA em matéria de turismo". Departamento de Direito Internacional. Resoluções da Assembléia Geral de 7 de junio de 1996. AG/RES. 1426 (XXVI-O/96). Disponível em: <<http://www.oas.org/juridico/spanish/ag-res96/Res-1426.htm>>. Acesso em 12 nov. 2008
- Pereiro, X.** (2009) "Turismo cultural. Uma visão Antropológica. El Sauzal (Tenerife, España)", Pasos, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. E-book, nº 2. Disponível em: <www.pasosonline.org>. Acesso em: 22 fev. 2011
- Pinto, R.** (2009) "Prefácio". In: Pereiro, X. *Turismo Cultural. Uma Visão Antropológica. El Sauzal (Tenerife, España)*. Pasos, *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, nº 2. Disponível em: <www.pasosonline.org>. Acesso em: 22 fev. 2011
- Saavedra, J.** (2007) "Adquirir la identidad en una comunidad de consumo: la identidad social dentro de la sociedad de consumo". *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 16: 363-380
- Santana Talavera, A.** (2009) "Antropologia do turismo: analogias, encontros e relações". Aleph, São Paulo
- Santana Talavera, A. & Pinto, R.** (2008) "Tourism in the consumer society: Anthropologic Subsidies to the Static Subsystem Figuration". *Journal of Hospitality and Tourism*, Jhansi, 6: 87-110
- Segalen, M.** (2005) "Ritos y rituales contemporáneos". Alianza Editorial, Madrid
- Selwyn, T.** (Ed.) (1996) "The tourist image: myths and myth making in tourism". John Wiley & Sons, Chichester
- Simonicca, A.** (2001) "Antropologia del turismo: Strategie di ricerca e contesti etnografici". Carocci, Roma
- Simonicca, A.** (2007) "Conflicto(s) e interpretación: problemas de la Antropología del turismo en las sociedades complejas". In: Lagunas, D. (Coord.) *Antropología y Turismo. Claves Culturales y Disciplinarias*. Plaza y Valdés, México, pp. 27-46
- Smith, V.** (Org.) (1992) "Anfitriones e invitados: La Antropología del turismo". Endymion, Madrid
- Sodré, M.** (1994) "A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil". Cortez, São Paulo
- Todorov, T.** (2008) "La vida en común: Ensayo de Antropología general". Taurus, Madrid
- Turner, V.** (1995) "The ritual process. Structure and anti-structure". Aldine de Gruyter, New York
- Urbain, J-D.** (1993) "El idiota que Viaja". Endymion, Madrid
- Urry, J.** (1999) "O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas". Studio Nobel/SESC, São Paulo
- Van Gennep, A.** (2008) "Los ritos de paso". Alianza Editorial, Madrid

Vásquez Rocca, A. (2007) "Baudrillard: de la metástasis de la imagen a la incautación de lo real". Eikasia. Revista de Filosofía 2(11): 53-59

Recibido el 10 de abril de 2011

Correcciones recibidas el 12 de mayo de 2011

Aceptado el 16 de mayo de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

TURISMO, EMPRENDIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD EN LOS ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

El caso de Andalucía - España

Ana Gessa*
Nuria Toledano**
Universidad de Huelva
España

Resumen: Las áreas naturales protegidas de Andalucía (España) constituyen un claro ejemplo de las oportunidades que la protección del entorno social y medioambiental ofrece para el emprendimiento responsable y la colaboración entre los diversos agentes socio-económicos. En este trabajo, se realiza una caracterización de las iniciativas empresariales que orientan el desarrollo de su actividad hacia la conservación de dichas áreas. En particular, se analizan las empresas del sector turístico adheridas a la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) ubicadas en el marco de los espacios naturales protegidos andaluces acreditados. Sus actividades empresariales constituyen un ejemplo de acción colaborativa entre agentes privados y gestores públicos en el marco de las acciones para la protección y conservación de los recursos naturales. Del estudio se desprende que tanto las características ambientales y socioeconómicas de dichos espacios, como las nuevas demandas de la sociedad, más concienciada con el medio ambiente, han favorecido el emprendimiento pro-sostenible en diferentes ámbitos de actividad (hospedaje rural, restauración, ecoturismo, turismo deportivo, etc.).

PALABRAS CLAVE: emprendimiento pro-sostenible, Carta Europea de Turismo Sostenible, turismo de naturaleza, espacios naturales protegidos.

Abstract: Tourism Entrepreneurship and Sustainability in Protected Natural Areas. The Case of Andalusia – Spain. The protected natural areas of Andalusia (Spain) are a clear example of the opportunities that the protection of the environment provides for responsible entrepreneurship and collaboration among various socio-economic agents. In this paper, the tourism businesses joined to the European Charter for Sustainable Tourism (CETS) and located within protected natural areas of Andalusia is analyzed. Its business activities are an example of collaborative action between private and public managers in the context of actions for the protection and conservation of natural resources. The study shows that both environmental and socioeconomic characteristics of such areas, as well as the new demands of society more aware of the environment, have favored the development of sustainopreneurship in different fields (rural housing, restoration, ecotourism, sports tourism, etc.).

KEY WORDS: sustainable entrepreneurs, European Charter for Sustainable Tourism, nature tourism, protected natural areas.

* Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales y Profesora Titular de Universidad en el Departamento de Economía Financiera, Contabilidad y Dirección de Operaciones de la Universidad de Huelva (España). E-mail: gessa@uhu.es

** Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales. Profesora Titular de Universidad en el Departamento de Dirección de Empresas y Marketing, Universidad de Huelva (España). E-mail: toledano@uhu.es.

INTRODUCCIÓN

Durante mucho tiempo el sector privado, en especial las grandes empresas, ha mantenido una política de externalización de costes primando la satisfacción de sus accionistas a través de la distribución de dividendos, sin contemplar en sus políticas y actuaciones las repercusiones que su actividad podía tener sobre un entorno social y natural cada vez más deteriorado, reflejo de una degradación medioambiental sin precedentes.

Por su parte, el sector público a pesar de que ha venido acentuando su compromiso social y medioambiental, sus propósitos enmarcados en un horizonte temporal cortoplacista –que normalmente abarca un periodo legislativo- se han mostrado insuficientes para encontrar alternativas que solucionen los problemas que sufre el planeta en el presente y, previsiblemente, en el futuro más inmediato.

Precisamente es este contexto el que ha situado a las nuevas y pequeñas empresas en una posición privilegiada dentro del panorama actual al constatarse su capacidad genérica para crear riqueza, desarrollo y bienestar (Carree & Thurik, 2003). No obstante, más específicamente es el emprendimiento responsable y sostenible, es decir, el que adopta un enfoque de abajo a arriba para analizar e implantar soluciones locales que hagan frente a los problemas del entorno, el que está llamado a ser uno de los grandes protagonistas en la creación de un mundo sostenible (Abrahamsson, 2008; Hart, 2005; Prahalad, 2004). Concretamente, tal y como señala la Agenda 21, el emprendimiento responsable puede jugar un papel fundamental en mejorar la eficiencia en el uso de los recursos reduciendo riesgos y peligros que atenten contra la salud de las personas minimizando los residuos y salvaguardando el entorno y las cualidades culturales. Un caso particular de este tipo de emprendimiento es el que llevan a cabo las empresas de turismo sostenible en espacios naturales protegidos las cuales no sólo son responsables y contribuyen a la conservación del medio natural sino que también promueven la educación y el desarrollo de una cultura comprometida con la naturaleza y las riquezas de la tierra. En dicha labor la cooperación con las instituciones resulta fundamental (Bramwell & Sharman, 1999) y de ahí que diversos modelos de colaboración empiecen a ser comunes en situaciones en las que el emprendimiento se orienta hacia la satisfacción/solución de necesidades/problemas sociales (Steyaert & Hjorth, 2006).

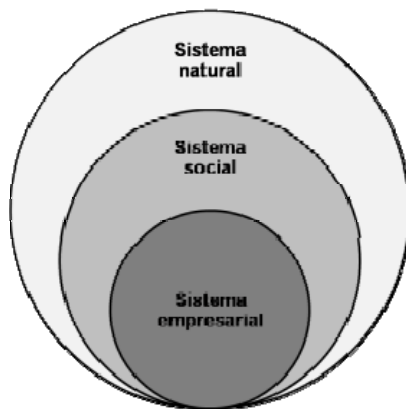
EL EMPRENDIMIENTO PRO-SOSTENIBLE: ORIGEN Y CARACTERIZACIÓN

La identificación del emprendimiento como pro-sostenible se deriva en parte de la relación amistosa que se establece entre las empresas -en particular las nuevas y pequeñas empresas- y el entorno en el que desarrollan su actividad.

La filosofía subyacente no es otra que la consideración del sistema empresarial como una parte de un sistema más amplio del que forma parte -el sistema social- en el que es especialmente

relevante el disfrute y aprovechamiento de las personas que conforman la sociedad del servicio/producto ofrecido por la empresa. A su vez dicho sistema constituye una parte de otro más elevado, el sistema natural, en el que se sitúa la biosfera y en el que prima la conservación del medio ambiente en su estado original (ver Figura 1) (Abrahamsson, 2008).

Figura 1: Visión global del sistema empresarial



Fuente: Abrahamsson (2008)

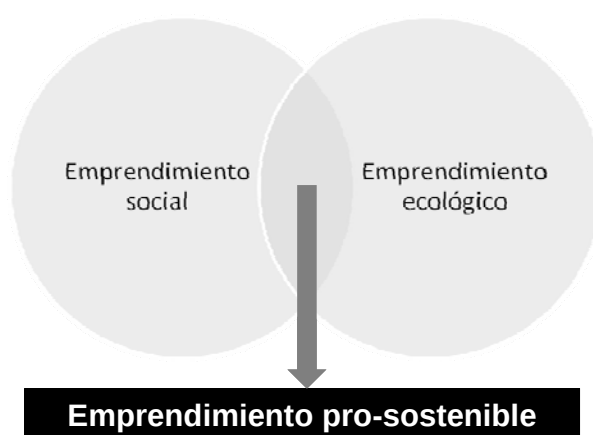
En este caso, lejos de provocar nuevos riesgos ecológicos y presiones medioambientales el emprendimiento pro-sostenible emerge como una forma organizativa que permite canalizar la creatividad y los nuevos descubrimientos de recursos, productos y servicios hacia la búsqueda de soluciones a problemas sociales y medioambientales para contribuir así a la preservación del planeta. Dicho de otro modo, se trata de empresas responsables y con propósito que hacen de algunos de los riesgos globales a los que se enfrenta el mundo una oportunidad de negocio para el desarrollo de innovaciones sostenibles (Abrahamsson, 2008). De esa forma, la actividad empresarial deja de ser una parte del problema, para convertirse en una parte importante de la solución.

Específicamente, tomando como punto de partida el nexo de unión entre la literatura sobre desarrollo sostenible y sobre creación de empresas, el emprendimiento pro-sostenible se ha caracterizado por su orientación prioritaria hacia la preservación de la naturaleza, el apoyo a la vida y a la comunidad a través de la búsqueda y explotación de oportunidades que se materializan en nuevos productos, procesos y servicios. Éstos generan ganancias, en el sentido más amplio del término, es decir incluyendo las económicas y no económicas, de manera que se satisfacen las necesidades de los individuos (inversores y empresarios), la economía y la sociedad en general (Shepherd & Patzelt, 2010).

Aunque son numerosos los autores que han defendido el papel que puede desempeñar la actividad empresarial en la preservación de los ecosistemas, en la mitigación de los efectos negativos del cambio climático, en la reducción de la degradación medioambiental y la deforestación y, en general, en el mantenimiento de la biodiversidad (Cohen & Winn, 2007; Dean & McMullen, 2007), el emprendimiento pro-sostenible constituye aún una novedosa línea de investigación que se encuentra

en fase embrionaria. Para acentuar el enfoque proactivo que adoptan las nuevas empresas a favor de las cuestiones sociales y medioambientales y del cumplimiento de una agenda sostenible, en una parte importante de la literatura internacional se emplea el término “*sustainopreneurship*”. En concreto, dicho término fue introducido a principios del presente siglo para hacer referencia a los enfoques directivos de cambio proactivo asociados con los procesos de ajuste hacia un mayor respeto del entorno (Hockerts, 2003; Gerlach, 2003). No obstante, sus antecedentes se sitúan en otros dos tipos de emprendimientos: el emprendimiento social y el emprendimiento ecológico (ver Figura 2).

Figura 2: Antecedentes del emprendimiento pro-sostenible



Fuente: Elaboración propia a partir de Abrahamsson (2008)

El emprendimiento social (social entrepreneurship) es aquel que abarca las actividades y procesos llevados a cabo para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de aumentar la riqueza social creando nuevas empresas o dirigiendo las organizaciones existentes de una manera innovadora (Zahra *et al.*, 2009). Así pues, lo identificativo en este tipo de emprendimiento es el propósito de crear valor social por encima de la creación de riqueza personal a través de innovaciones sociales más que económicas, con el fin de solucionar problemas sociales en lugar de satisfacer necesidades individuales. Se diferencia, por tanto, del emprendimiento pro-sostenible en el hecho de que aquel no incluye entre sus objetivos el mantenimiento de la naturaleza y las fuentes de apoyo de la vida y de la comunidad (Shepherd & Patzelt, 2010).

Por su parte, el emprendimiento ecológico (ecopreneurship o ecological entrepreneurship) se centra en orientar la acción empresarial hacia la preservación del entorno natural en particular la tierra, la biodiversidad y los ecosistemas (Pastakia, 1998; Schaper, 2005). Por tanto, se dirige prioritariamente hacia la solución de los problemas medioambientales buscando también la modificación de las actitudes y prácticas en su relación con el entorno. El emprendimiento ecológico o eco-emprendimiento es, por tanto, una parte del emprendimiento pro-sostenible aunque no es

sinónimo del mismo puesto que no cubre explícitamente el mantenimiento de las comunidades, y el desarrollo de ganancias no económicas para los individuos y la sociedad.

Así pues, de los tres tipos de emprendimiento identificados el pro-sostenible es el único que hace frente de forma holística e integrada a los retos ecológicos y sociales, tanto en lo que respecta al propósito que justifica su razón de ser como a los procesos que desarrolla para llevar a cabo su actividad. De ahí que el principal objetivo de las empresas enmarcadas en dicho concepto sea el logro de la sostenibilidad, añadiendo valor ecológico, social y económico con un sesgo hacia las cuestiones intangibles –a través de la desmaterialización /resocialización- (Abrahamsson, 2006). Ha sido definido recientemente por Abrahamsson (2006) como el nexo de unión entre el emprendimiento (o intra-emprendimiento) y la innovación para la sostenibilidad o, más concretamente, como la forma de enfocar un problema relacionado con la sostenibilidad con la identificación de soluciones que se llevan a cabo en el mercado gracias a las innovaciones desarrolladas a través de una organización eficiente.

De lo anterior se derivan, además, tres características que son determinantes en esta forma de emprendimiento. En primer lugar, el emprendimiento que es pro-sostenible adopta un compromiso consciente sobre todo durante el proceso de creación de la empresa mediante la búsqueda y aplicación de innovaciones que resuelvan los problemas vinculados con la agenda de la sostenibilidad (ver Cuadro 1).

Cuadro 1: Problemas relacionados con la sostenibilidad

Pobreza	Urbanización
Agua y sanidad	Ecosistemas, diversidad biológica y uso de la tierra
Salud	Utilización de los recursos del mar
Educación / Analfabetismo	Alimentación y agricultura
Producción sostenible y modelos de consumo	Comercio justo
Cambio climático y sistemas energéticos	Estabilidad social, democracia y buen gobierno
Químicas	Paz y seguridad

Fuente: Abrahamsson (2008)

En segundo lugar, implica la obtención de soluciones que se ponen de manifiesto en el contexto del mercado a través de una organización creativa. Por tanto, se trata de una forma de emprendimiento que va más allá de las organizaciones no gubernamentales o las entidades de caridad. Por último, añade valor sostenible en relación a los sistemas de apoyo de la vida, en el sentido más amplio del término. La consciencia plena de que el sistema empresarial y el mercado constituyen un subsistema del sistema social en el que se inserta, el cual, a su vez, es un subsistema de la biosfera (ver Figura 1), implica la búsqueda de armonía con el sistema de apoyo al proceso de la vida.

En definitiva, el emprendimiento pro-sostenible mantiene una visión holística del mundo guiando su acción hacia la interacción y cooperación de los diferentes agentes (pequeñas empresas e instituciones públicas, principalmente), sistemas (empresarial, social y natural) y recursos de la comunidad (Abrahamsson, 2008).

EL TURISMO EN LOS ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS. LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE

Una de las manifestaciones más significativas que el emprendimiento pro-sostenible está teniendo en los últimos años se encuentra vinculada con las iniciativas empresariales de turismo sostenible puestas en marcha en los espacios naturales protegidos. El auge de las mismas se debe en parte, a la mayor concienciación de la comunidad institucional internacional sobre la necesidad de promover la sostenibilidad en las empresas del sector turístico en general, y de aquellas ubicadas en las áreas protegidas en particular.

En concreto, el turismo sostenible es definido por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1993: 22) como:

el turismo que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Como se desprende de esta definición, así como de las recogidas anteriormente en diferentes documentos y declaraciones (OMT, 1980; 1989), la interdependencia entre crecimiento económico y conservación ambiental y la necesidad de una distribución equitativa de sus beneficios configuran los principios más relevantes que fundamentan el desarrollo turístico sostenible. Asimismo, y como se deriva también de la definición de la OMT, el nuevo planteamiento para la actividad turística requiere alternativas que den respuesta al cambio de escenario que se viene observando en los últimos años lo que exige un nuevo modelo turístico no sustentado, al menos en exclusividad, sobre los parámetros tradicionales del crecimiento cuantitativo de la demanda turística sino resaltando también el papel del entorno natural y de las variables sociales en el desarrollo de cualquier actividad empresarial vinculada con el turismo. Esto demanda el esfuerzo de todos los agentes implicados apostando por la sostenibilidad como oportunidad para el desarrollo de las iniciativas empresariales que operen en este ámbito. Dichas iniciativas reflejan la filosofía subyacente en el emprendimiento pro-sostenible definido anteriormente integrando las dimensiones medioambientales, socio-culturales y económicas. Así pues, proteger el entorno natural, preservar la herencia cultural, mantener las estructuras de la comunidad, el empleo y los recursos humanos se encuentran entre sus objetivos prioritarios.

Por la singularidad del entorno, merecen especial mención las empresas turísticas ubicadas o que desarrollan su actividad en espacios naturales protegidos (ENP), reconocidos por su calidad medioambiental, su buen estado de conservación y el valor de sus recursos naturales y culturales (Nepal, 2000). En concreto, en España se incluyen entre los ENP las aguas continentales y los espacios marítimos sujetos a la jurisdicción nacional que contienen elementos y sistemas naturales de especial interés o valores naturales sobresalientes y que se encuentran protegidos jurídicamente (Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre). Además, de acuerdo con la Federación Europea de Parques Nacionales (EUROPARC, Federation, 1999:1), se entiende por turismo sostenible en áreas naturales protegidas [...] *todas las formas de desarrollo del turismo, de gestión y actividad que mantengan la integridad económica, social y medioambiental y una buena calidad de los recursos naturales, materiales y culturales para las generaciones que vendrán.*

La necesaria protección pública de estas zonas hace que la colaboración de las empresas pro-sostenibles con las instituciones resulte fundamental, sobre todo de cara a garantizar el desarrollo apropiado de la actividad empresarial y la protección del entorno natural, cultural y social (Hassan, 2000; Toledano y Gessa, 2002; Poggi *et al.*, 2006).

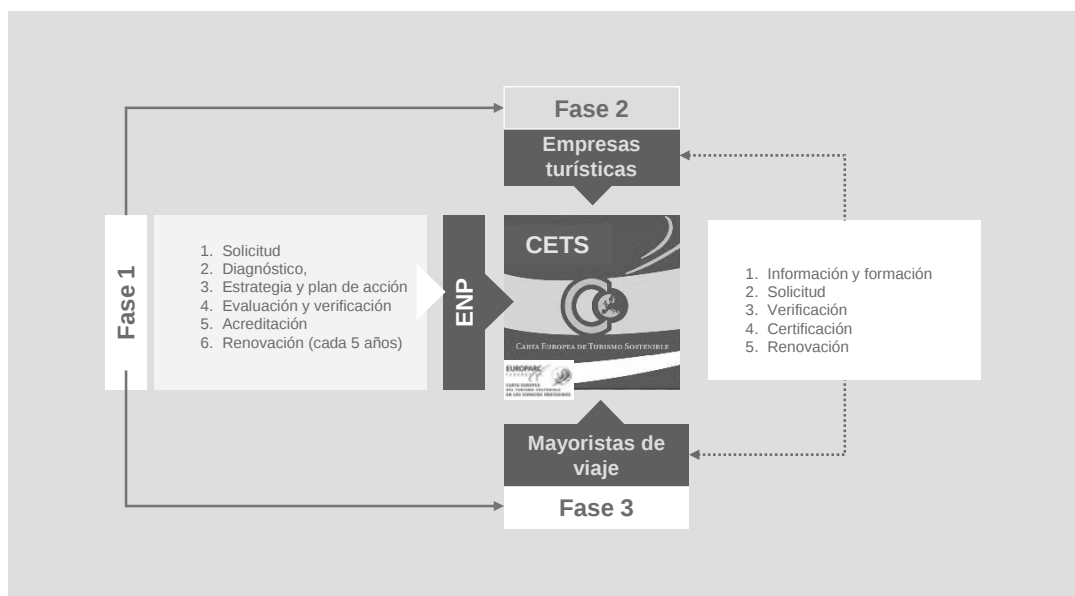
Dicha colaboración se pone de manifiesto en numerosos programas y planes de apoyo y fomento entre los que cabe destacar -por su ámbito de aplicación y relevancia consolidada en los últimos años- la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) promovida por la Federación EUROPARC la cual obliga a los gestores de los ENP y a las empresas del sector turístico a definir sus estrategias de forma participada y con criterios de sostenibilidad (ecológicos, socioculturales y económicos) con el fin de asegurar que el turismo en estas áreas esté bien gestionado y sea sostenible.

La CETS se inscribe entre las prioridades mundiales y europeas recogidas en las recomendaciones de la Agenda 21. Asimismo, se incluye entre las líneas de actuación prioritarias del Programa “Parques para la vida” de la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) y cumple los principios de la Carta Mundial del Turismo Sostenible (OMT, 1995). Su objetivo principal es promover y consolidar los ENP como destino turístico basado en criterios de sostenibilidad, a través de (EUROPARC Federation, 2007):

- El fomento del conocimiento y el apoyo a los espacios protegidos de Europa que representan una parte fundamental del patrimonio y que se deben conservar para que las generaciones actuales y futuras puedan disfrutarlos.
- La mejora del desarrollo sostenible y la gestión del turismo de los espacios protegidos, teniendo en cuenta las necesidades del medio ambiente, de los residentes locales, de las empresas y de los visitantes.

La adhesión a la CETS está sujeta a un proceso renovable periódicamente (ver Figura 3) que se inicia con la acreditación de los ENP que lo deseen, imprescindible para que las empresas ubicadas en los mismos o que desarrollen su actividad y soliciten su adhesión a la misma. Es por ello que en dicho proceso se distingan tres fases: una primera para los ENP que quieran adherirse (abierta desde 2001), una segunda para las empresas turísticas del interior y del entorno de los ENP (disponible desde 2007) y una tercera fase en proceso de desarrollo que incluiría en el proyecto a los touroperadores que trabajan con los ENP.

Figura 3: Proceso de adhesión a la CETS



Fuente: Elaboración propia

La adhesión de las empresas a la CETS implica el cumplimiento de los requisitos establecidos tanto a nivel europeo como local para garantizar, por un lado, la uniformidad de su aplicación en toda Europa y, por otro lado, la compatibilidad de la actividad empresarial desarrollada con las estrategias sostenibles de los ENP (ver Cuadro 2).

Por su parte, la CETS -para rentabilizar el compromiso con la sostenibilidad de la empresa adherida,- favorece el desarrollo de sus actividades aportándole beneficios tales como la reducción de costes de explotación mediante auditorías y el uso sostenible de los recursos (energía, agua, etc.), el incremento de la cuota de mercado (nuevos clientes atraídos por los espacios protegidos, nuevas ofertas turísticas orientadas hacia el descubrimiento del medio ambiente, etc.) y la promoción, difusión, comercialización y venta de determinados productos o servicios de los ENP.

Cuadro 2: Requisitos de adhesión a la CETS para las empresas turísticas

Nivel	Objetivo	Requisitos
Europeo	Asegurar la uniformidad de su aplicación en toda Europa	1) Estar ubicada, o desarrollar sus actividades, en la zona objeto de la Carta de acuerdo con lo indicado en la Sección I. Podrán hacerse excepciones si el espacio protegido lo considera relevante para su estrategia de turismo sostenible. 2) Cumplir la legislación que sea aplicable en el momento de la certificación. 3) Compatibilizar las actividades de la empresa turística con la estrategia de turismo sostenible y el plan de gestión del espacio protegido. 4) Debe unirse y tener como objetivo participar en las actividades promovidas por el Foro de Turismo Sostenible creado durante la aplicación de la Sección I de la Carta. 5) Comprometerse a trabajar en la línea del Acuerdo de Colaboración (<i>European Charter Partnership Agreement</i>) con el espacio protegido en el marco de la Carta Europea, en el que se establecerán los compromisos mutuos (objetivos, acciones) durante un período de tres años.
Local (ENP)	Compatibilizar la actividad de las empresas turísticas con las estrategias de turismo sostenible y la normativa propia de cada ENP.	Entre otros: 1) Plan de ordenación de los recursos naturales 2) Plan de uso público 3) Plan de gestión y uso de los recursos naturales 4) Plan de desarrollo sostenible 5) Programas de fomento

Fuente: Elaboración propia a partir de EUROPARC (2007)

El marco descrito en los párrafos anteriores ha favorecido aún más la creación de empresas pro-sostenibles en áreas protegidas tanto en sectores tradicionales (restauración, alojamiento, etc.) como en otros más innovadores en los que se incluyen, por ejemplo, las empresas que operan en el ámbito del turismo de naturaleza, modalidad que ha aumentado considerablemente en la última década en España (IET, 2009; Secretaría General de Turismo, 2004).

EL CASO DE ANDALUCÍA

Andalucía es la comunidad autónoma con más superficie protegida en España (2.605.399 hectáreas), de ahí que el 30% de su territorio albergue un total de 153 áreas protegidas (EUROPARC-España, 2009), localizadas en su mayoría, como en el resto de España, en territorios rurales de algunas de sus 8 provincias (Almería, Cádiz, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga y Sevilla). Así pues, la preservación y valorización de estos espacios se ha convertido en los últimos años en líneas prioritarias de actuación para las administraciones y otras instituciones a través de diferentes medidas que han favorecido el emprendimiento pro-sostenible en estas áreas, convirtiéndose el sector empresarial (principalmente el turístico) en pieza clave del desarrollo sostenible de los espacios protegidos.

Los espacios naturales adheridos a la CETS

En los últimos diez años, Andalucía se ha convertido en un referente en las iniciativas adheridas a la CETS, situándose a la cabeza de España y de Europa. De ahí, que 18 (60% de los ENP adheridos a la CETS en España) de sus espacios naturales protegidos se incluyan en la lista de los ENP adheridos a la CETS (ver Figura 4).

Figura 4: Los ENP andaluces adheridos a la CETS



Fuente: Elaboración propia

Aunque la mayoría de ellos se circunscribe a una sola provincia, cinco de ellos comparten el entorno entre los municipios de varias provincias. Todos ellos forman parte de la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía (RENPA) (ver Cuadro 3).

Según la clasificación del estudio “Evolución socioeconómica de los parques naturales andaluces y su área de influencia”, referido por Fernández & Santos (2010), el 55,5% de los parques analizados son catalogados como “territorios naturales”, modalidad que incluye las áreas serranas extensas con una parte sustancial de la población vinculada a las actividades agrícolas, ganaderas y forestales que incluyen la totalidad de varios términos municipales y que presentan los niveles más elevados de relación entre la estructura productiva y los recursos del parque natural. El resto se distribuye entre las categorías de “parques litorales” (27,8%) y “sierras enclaves” (16,7%). La litoralidad que sitúa a los primeros en un entorno de notable crecimiento económico y un elevado grado de urbanización, el tamaño reducido y la proximidad a núcleos urbanos de los segundos justifican la menor relación entre sus estructuras productivas y los recursos naturales de los parques que los “territorios naturales”.

Cuadro 3: Los ENP andaluces adheridos a la CETS

ENP (Fecha declaración)	Tipología	Provincia	Superficie (ha)	Año adhesión	Municipios	Nº empresas adheridas	Nº visitantes ¹ (2009)	Otras figuras de protección ²						
								A	B	C	D	E	F	G
P. N. Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas (1986)	Territorio Natural	Jaén	209.920	2003	23	22	197.282	√	√	√				
P. N. Sierra de Aracena y Picos de Aroche (1989)	Territorio Natural	Huelva	186.827	2003	28	10	8.825	√	√					
P. N. Sierra de Grazalema (1985)	Territorio Natural	Cádiz y Málaga	53.411	2003	13	11	45.782	√	√	√	√			
P. N. Los Alcornocales (1989)	Territorio Natural	Cádiz y Málaga	167.767	2003	17	5	10.275	√	√		√			
Espacio Natural Sierra Nevada (1999)	Territorio Natural	Granada y Almería	174.849	2003	60	14	673.302	√	√	√				
Espacio Natural Doñana (1989)	Parque litoral	Huelva, Cádiz y Sevilla	108.087	2006	11	14	673.302	√	√	√		√	√	
P. N. Sierra María-Los Vélez (1989)	Sierra enclave	Almería	22.562	2007	4		15.938	√	√					
P. N. Sierra de Cardeña y Montoro (1989)	Territorio Natural	Córdoba	38.449	2007	2	11	11.363	√	√					
P. N. Sierra Mágina (1989)	Territorio Natural	Jaén	19.961	2007	9	10	25.849	√	√					
P. N. Sierra Norte de Sevilla (1989)	Territorio Natural	Sevilla	177.484	2007	10	-	10.013	√	√					
P. N. Sierra de las Nieves (1989)	Sierra enclave	Málaga	20.163	2007	7	-	nd ³	√	√	√	√			
P. N. La Breña y Marismas de Barbate (1989)	Parque litoral	Cádiz	5.077	2007	2	6	nd	√	√					
P. N. Cabo de Gata-Níjar (1987)	Parque litoral	Almería	49.512	2008	3	-	207.931	√	√	√		√		√

P. N. Sierras Subbéticas (1989)	Sierra enclave	Córdoba	32.056	2008	8	-	22.399	√	√		√
P. N. del Estrecho (2003)	Parque litoral	Cádiz	18.931	2008	2	-	5.749	√	√	√	
P. N. Sierra de Andujar (1989)	Territorio Natural	Jaén	74.774	2009	4	-	8.244	√	√		
P. N. Bahía de Cádiz (1989)	Parque litoral	Cádiz	10.522	2010	5	-	5.749	√	√		√
P. N. Sierras de Tejeda, Almijara y Alhama (1999)	Territorio Natural	Málaga y Granada	40.663	2010	12	-	3.583	√	√		

¹ Registrados en sus respectivos centros de visitantes.

² A: lugares de interés comunitario, B: zona de especial protección para las aves (ZEPA), C: Reserva de la Biosfera, D: Reserva Intercontinental del Mediterráneo, E: zonas especialmente protegidas de importancia para el Mediterráneo (ZEPIM), F: humedales RAMSAR y G: Geoparque.

³ No disponible.

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de las empresas adheridas (disponible en <http://www.redeuroparc.org/empresascets.jsp>) y Consejería de Medio Ambiente (Junta de Andalucía)

Por extensión, la provincia de Jaén destaca con un total de 304.655 hectáreas protegidas y por número de espacios, la provincia de Cádiz con seis. Salvo dos ENP (Doñana y Sierra Nevada que son Espacios Naturales), el resto son Parque Naturales que son áreas naturales poco transformadas por la explotación u ocupación humana que en razón de la belleza, de sus paisajes, la representatividad de sus ecosistemas o la singularidad de su flora, de su fauna o de sus formaciones geomorfológicas poseen unos valores ecológicos, estéticos, educativos y científicos cuya conservación merece una atención preferente (Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre).

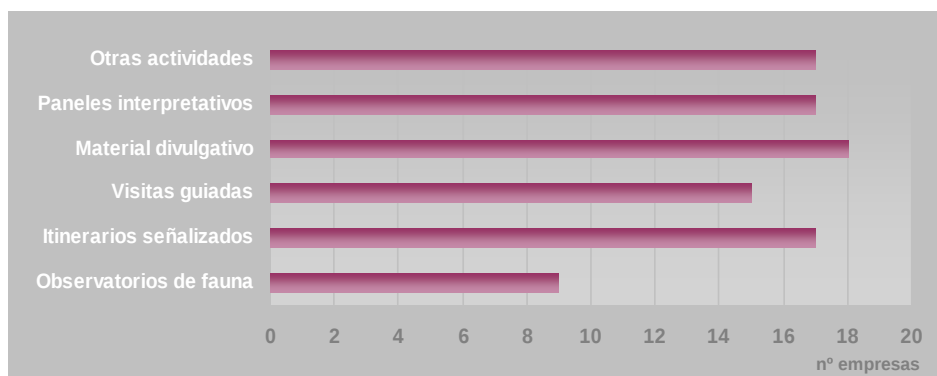
Además, todas las áreas naturales acreditadas cuentan con un importante reconocimiento por sus valores y recursos materializado en diferentes distintivos. Todas son Lugares de Interés Comunitarios (LIC) y Zona de Especial Protección para Aves (ZEPA) y seis de ellas han sido declaradas Reserva de la Biosfera.

Como se recoge en el Cuadro 3, la adhesión de los entornos naturales a la CETS ha sido escalonada desde 2003, año en el que se acreditaron 5 espacios, los cuales han renovado por primera vez su adhesión cinco años después.

El número de municipios incluidos en el ámbito de aplicación del estudio supera el centenar, distribuido por todo el territorio andaluz y concentrado principalmente en zonas rurales para las que el proyecto ha supuesto una importante oportunidad de recuperación.

La atención al público constituye un factor clave de la gestión de estos espacios, de ahí que todos ellos dispongan en sus centros de visitantes de un equipamiento (ver Gráfico 1) adecuado para satisfacer las nuevas demandas de sus visitantes. El número de éstos se ha incrementado notablemente en los últimos años, lo que refleja el interés turístico que han despertado estas zonas naturales, lo que ha contribuido a la diversificación de las actividades turísticas emprendidas a su alrededor.

Gráfico 1: Equipamiento de los ENP andaluces



Fuente: Elaboración propia a partir de <http://parquesnaturales.consumer.es/documentos/andalucia/index.php>

Las iniciativas empresariales adheridas a la CETS

El proceso de adhesión a la CETS iniciado por los ENP ha tenido buena acogida entre las empresas andaluzas que desarrollan su actividad o están ubicadas en sus entornos, aumentando progresivamente el número de participantes. Actualmente son 103 las empresas que ofertan sus productos y servicios en 9 de los ENP andaluces, el 59,2% del total de las acreditadas en España (ver Tabla 1).

Por los rasgos definitorios de las diferentes categorías de parques naturales, la actividad empresarial se concentra principalmente en los catalogados como territorios naturales (77,8% de las empresas adheridas). El resto de las empresas desarrollan su actividad o están ubicadas en parques litorales (La Breña y M. de Barbate y Doñana), no existiendo hasta el momento ninguna empresa acreditada en los tipificados como sierras enclave.

Tabla 1: Empresas andaluzas adheridas a la CETS por tipo de actividad desarrollada

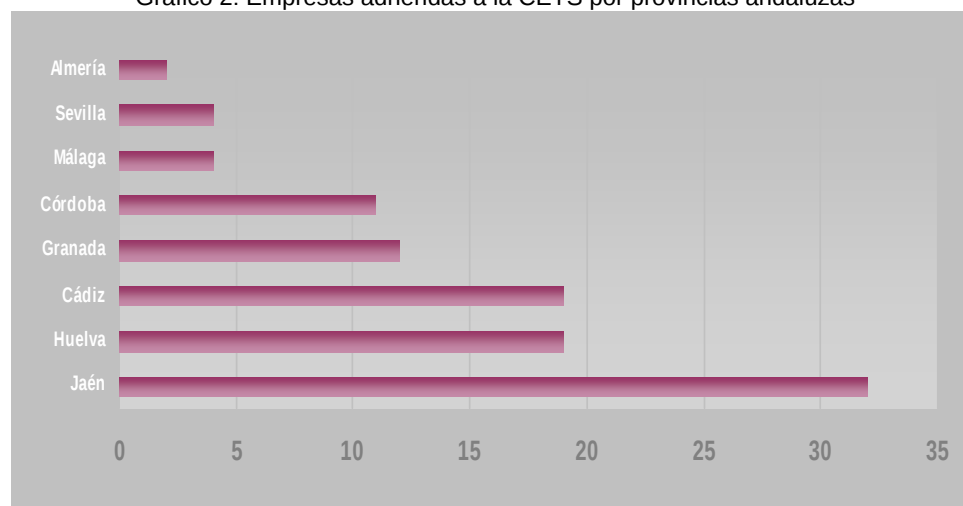
ENP (Fecha adhesión)	Nº empresas adheridas por tipo de actividad					TOTAL
	Aloja mien to	Alojamie nto y activida des	Restau ración	Turismo de naturale za	Otras ¹	
Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas (2009)	12	2	-	(2,5)	1	22
Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche (2009)	5	3	-	(0,2)	-	10
Parque Natural Sierra de Grazalema (2009)	5	2	-	(0,3)	1	11
Parque Natural Los Alcornocales (2009)	3	1	-	(0,1)	-	5
Espacio Natural Sierra Nevada (2009)	8	3	-	(0,2)	1	14
Espacio Natural Doñana (2009)	4	2	-	(0,8)	-	14
Parque Natural Sierra de Cardeña y Montoro (2010)	5	-	1	(3,0)	2	11
Parque Natural Sierra Mágina (2010)	7	-	-	(2,0)	1	10
Parque Natural La Breña y Marismas de Barbate (2010)	4	-	-	(2,0)	-	6
TOTAL	53	13	1	30	6	103
% Total	51,4	12,6	1	29,2	5,8	100

¹Agroalimentarias, ganadería, artesanía, etc.

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de las empresas adheridas, disponible en <http://www.redeuroparc.org/empresascets.jsp>

Tal vez la extensión y la localización del Parque Natural Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, lo convierta en el espacio con mayor número de empresas acreditadas, de ahí que sólo en la provincia de Jaén se concentre el 31% de las empresas. El resto de las empresas se distribuyen de manera desigual entre las demás provincias andaluzas (ver Gráfico 2).

Gráfico 2: Empresas adheridas a la CETS por provincias andaluzas



Fuente: Elaboración propia

Aunque en términos generales la oferta de alojamiento en sus diferentes modalidades (hoteles, casas/complejos rurales, camping, apartahoteles, etc.) predomina sobre las demás actividades y servicios ofertados por las empresas acreditadas, más del 50% de ellas ha emprendido otras

actividades diferentes (para algunas se convierte en su actividad principal y para otras completan su oferta turística) a las tradicionales y consolidadas en el sector turístico (restauración y alojamiento), ofreciéndole a sus visitantes otras alternativas que se enmarcan dentro del turismo de naturaleza. Esta modalidad de actividad turística se centra principalmente en la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos naturales de forma específica sin degradarlos o agotarlos (Secretaría General de Turismo, 2004). El turismo de naturaleza se ha consolidado como una actividad económica propia del contexto andaluz (Fernández & Santos, 2010).

Actualmente un gran número de las iniciativas empresariales vinculadas a la CETS están especializadas en actividades de turismo de naturaleza, incluyendo actividades turísticas por (ecoturismo), sobre (turismo activo) y en (turismo de esparcimiento) la naturaleza (ver Cuadro 4).

Cuadro 4: Modalidades de turismo de naturaleza

Ecoturismo	Turismo activo	Turismo de esparcimiento
Visitas guiadas	Tierra (senderismo, rutas, espeleología, etc..)	Picnic
Observación/interpretación de la naturaleza y de especies animales	Agua (piragüismo, buceos, rutas fluviales, vela, etc.)	Rutas por carretera
Fotografía	Aire (paracaidismo, vuelo, ultraligeros, etc.)	Baño
Investigación y Educación ambiental		Esparcimiento pasivo

Fuente: Elaboración propia a partir de Secretaría General de Turismo (2004)

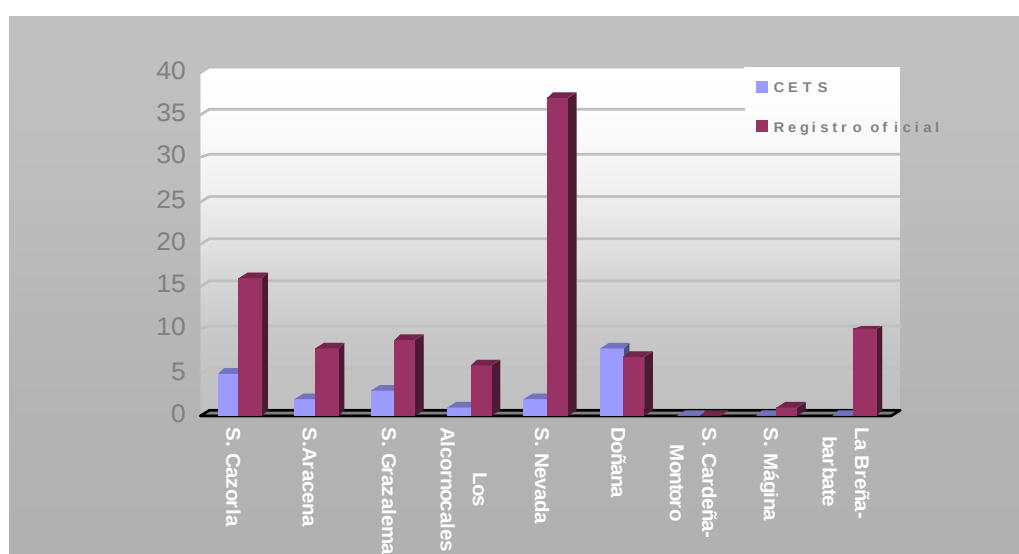
La organización de rutas (caballo, bicicletas, barcos, todoterreno, etc.) está disponible en todas las empresas que ofrecen actividades de naturaleza. Pueden ser realizadas sin un gran equipamiento y, en general, resultan ser las más accesibles para ser organizadas por cuenta propia de turistas y visitantes. Estas iniciativas participan de la motivación principal del turismo de esparcimiento (turismo en la naturaleza), esto es, la realización de actividades recreativas y de entretenimiento en la naturaleza sin degradarla.

Por otro lado, la disponibilidad casi en exclusividad, de determinados recursos naturales (algunas especies animales y vegetales) ha favorecido la especialización por parte de algunas de estas empresas del desarrollo de determinadas actividades turísticas vinculadas a la observación, contemplación, disfrute y/o conocimiento de algunos de los elementos del medio natural, las cuales se incluirían dentro de la modalidad de ecoturismo (turismo por la naturaleza). Así, por ejemplo, Doñana, junto con el Parque Nacional de Monfragüe (Cáceres) constituyen el principal destino de turismo ornitológico en España, hecho que propició la creación a finales del siglo pasado de la sociedad Turismo de Doñana actualmente integrada por 18 socios, mayoritariamente empresas turísticas locales. Esta sociedad es la primera y única agencia de viajes mayorista y minorista en un

espacio natural protegido español especializada en turismo de naturaleza y ecoturismo y también la primera entidad en España que trabaja como receptor de turismo ornitológico.

El turismo activo agrupa el 70% de las actividades ofertadas por las empresas especializadas en turismo de naturaleza que tienen como principal motivación la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usan los recursos naturales sin degradarlos. Para los Parques Naturales que han iniciado la segunda fase del proceso de adhesión con la incorporación de las empresas de sus respectivos entornos, las empresas de turismo activo representan el 22% de las registradas oficialmente como tales (Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, 2007) (Ver Gráfico 3).

Gráfico 3: Empresas de turismo activo adheridas a la CETS/Registro de Turismo de Andalucía

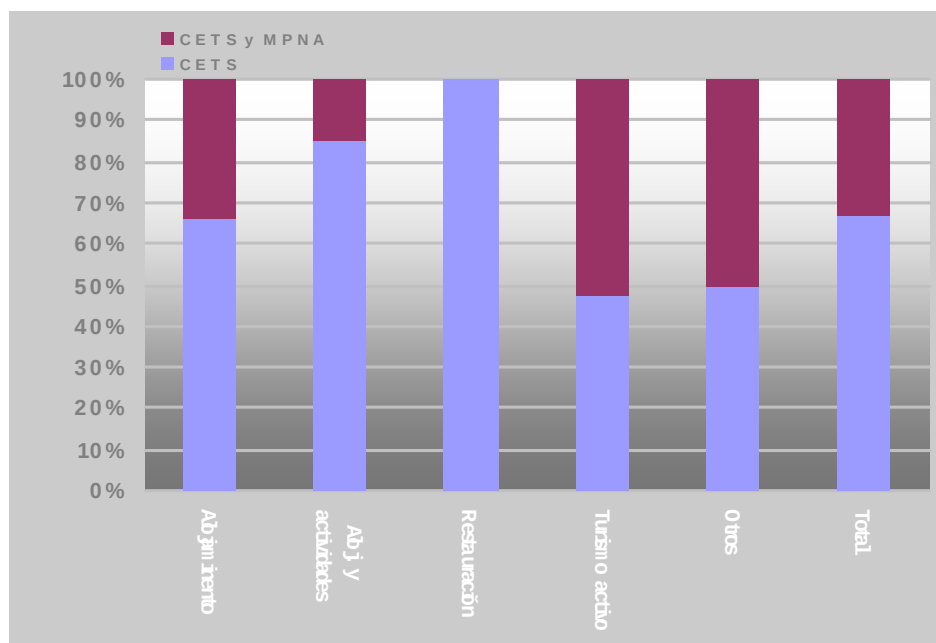


Fuente: Elaboración propia

Las empresas andaluzas certificadas con la CETS asumen que han de cumplir ciertos requisitos para garantizar la sostenibilidad del entorno en el que desarrollan su actividad, de ahí que un elevado porcentaje de ellas tienen formalizado su compromiso con la implantación de estrategias acreditadas, tanto específicas para el sector turístico (Q de Calidad Turística, Marca Parque Natural de Andalucía, etc.) como para la actividad empresarial en general (ISO 9001, ISO 14000, Registro EMAS, etc.).

Por el ámbito del estudio se destaca la Marca Parque Natural de Andalucía, distintivo de calidad que otorga el gobierno autónomo de Andalucía a aquellos productos artesanales y naturales, así como servicios en los Parques Naturales Andaluces y sus áreas de influencia socioeconómica. El 35% de las empresas adheridas a la CETS disfruta de los beneficios ofrecidos por este distintivo, destacando las de turismo activo que supera el 50% de las mismas (ver Gráfico 4).

Gráfico 4: Empresas andaluzas con CETS/Marca Parque Natural de Andalucía (MPNA)



Fuente: Elaboración propia

Por último, destacar que el uso de las tecnologías de información y comunicación (TICs) es una práctica generalizada entre las empresas. Las utilizan fundamentalmente para promocionarse facilitando así el acceso a nuevos mercados, optimizando el uso de los recursos y mejorando así la relación con los clientes. Todas disponen de un portal de internet (en su mayoría en diferentes idiomas), donde presentan su oferta de productos, servicios y actividades, y cada vez son más las que participan en foros, blogs, redes sociales, etc.

CONSIDERACIONES FINALES

El análisis realizado pone de manifiesto que la actividad turística desarrollada en los ENP es económicamente viable, ecológicamente compatible y socialmente aceptable. La propia definición de ENP justifica el interés que ha suscitado en la última década por parte de instituciones y empresas para a la vez proteger y aprovechar sus recursos y valores, convirtiéndose en el marco ideal para emprender iniciativas pro-sostenibles, aprovechando las oportunidades que le ofrece el entorno y la nueva demanda social como consecuencia de los cambios culturales y motivacionales (Eagles *et al.*, 2002; Epler, 2002; AECl, 2006).

Realidades como la CETS, reflejan el cambio de orientación que ha experimentado el debate ecológico en los últimos tiempos, alejándose de la concepción polarizada y antagónica crecimiento-medio ambiente, para pasar a una valoración más amplia del entorno como recurso productivo básico en el crecimiento económico sostenido.

El número de parques y empresas adheridos a la CETS es un indicador del compromiso asumido por los agentes más implicados en el desarrollo económico sostenible de determinadas zonas geográficas: los parques como gestores, las empresas como creadoras de oportunidades de negocio y, por tanto, generadoras de riqueza económica, social y ambiental y los visitantes como consumidores responsables de los recursos naturales. Su adhesión voluntaria refleja el compromiso adquirido que los obliga a definir sus estrategias de forma participada y con criterios de sostenibilidad (ecológicos, socioculturales y económicos) para asegurar que el turismo en estas áreas esté bien gestionado y sea sostenible.

Las características propias de cada uno de los espacios (accesibilidad, equipamiento, regulación, protección, extensión, fauna y flora, geografía, etc.) han condicionado el tipo de actividad desarrollada por las empresas ubicadas en su entorno más o menos próximo. En este sentido conviene recordar que la otra cara de la moneda que se desprende de la adopción de la sostenibilidad en el fundamento del emprendimiento de dichos espacios no es otra que la dilación en el tiempo de los efectos positivos que emergen de este nuevo modelo económico. En él la búsqueda de la inmediata rentabilidad generada por la atracción de un consumo masivo y, con el tiempo agotable, se reemplaza por la persecución de unos resultados razonables a corto plazo derivados de un consumo educado y guiado para respetar las necesidades de las sociedades futuras y de la evolución del planeta en su conjunto.

Por todo lo expuesto anteriormente se concluye resaltando que a pesar de las dificultades que pudiera conllevar a priori el desarrollo de iniciativas empresariales que operan en el sector turístico en los espacios naturales, su realidad es posible gracias al esfuerzo conjunto de instituciones públicas y empresas que encuentran en sus recursos y en las nuevas demandas sociales un atractivo más para pro-mover la puesta en marcha de empresas dedicadas al turismo de naturaleza. De este modo los espacios naturales se convierten en un input de gran valor para los nuevos modelos de desarrollo turístico demandados por una sociedad más comprometida con su entorno, que reclama el uso eficiente de sus recursos para garantizar la sostenibilidad preservando su integridad social, cultural y medioambiental. Todo ello afianza la concepción según la cual el turismo representa una de las actividades con mejores perspectivas de futuro para el aprovechamiento del capital natural de estas áreas (Pulido, 2008) pese a las debilidades sectoriales detectadas, hasta el momento, en los parques naturales andaluces (origen y tipo de demanda, fundamentalmente).

Quedarían abiertas, sin embargo, numerosas líneas de investigación que profundicen en el tópico aquí analizado. En concreto, sería interesante llevar a cabo un análisis en profundidad de las variables más significativas para el desarrollo del emprendimiento pro-sostenible en las áreas naturales protegidas, fundamentalmente en la dimensión social, lo que significaría considerar por ejemplo las motivaciones del empresario para respetar los derechos humanos y profesionales de sus trabajadores, el grado de concienciación sostenible de los actores implicados, las posibilidades de acceso de los servicios prestados en función de la capacidad adquisitiva del consumidor, o la forma en la que se distribuye la riqueza generada entre los diferentes agentes involucrados. Asimismo, el

estudio de la posible asociación entre éstas y otras variables contextuales (tales como la especialización sectorial de las zonas o los valores sociales dominantes), o la extensión de este estudio a otras zonas protegidas de España, o del mundo constituirían enfoques que ayudarían a mejorar la comprensión del tratamiento de la sostenibilidad en el marco de los emprendimientos turísticos en zonas naturales protegidas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrahamsson, A.** (2006) "Sustainopreneurship –business with a cause". En Frostell, B. (Ed.), Science for sustainable development starting points and critical reflections. Swedish Society for Sustainable Development, VHU - Uppsala, pp. 21-30
- Abrahamsson, A.** (2008) "Sustainopreneurship –business with a cause: the promise of creative business organizing for sustainability". En Johannisson & Lindholm Dahlstrand (Eds.), Bridging the functional and territorial views on regional entrepreneurship and development. Swedish Foundation for Small Business Research, Sweden, pp. 137-155
- AECI - Agencia Española de Cooperación Internacional** (2006) "Manual de turismo sostenible Araucaria XXI. Fundamentos y buenas prácticas". Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, Madrid
- Bramwell, B. & Sharman, A.** (1999) "Collaboration in local tourism policymaking" *Annals of Tourism Research*, 26 (2): 392-415
- Carree, M. A. & Thurik, R.** (2003) "The impact of entrepreneurship on economic growth". En: Audretsch, D. B. & Acs, Z. J. (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*. Kluwer Academic Publishers, Boston/Dordrecht, pp. 437-471
- Cohen, B. & Winn, M. I.** (2007) "Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship". *Journal of Business Venturing*, 22(1): 29-49
- Consejería de Turismo, Comercio y Deporte** (2007) "Registro de Turismo de Andalucía", Junta de Andalucía, Sevilla
- Dean, T. J. & McMullen, J. S.** (2007) "Toward a theory of sustainable entrepreneurship: reducing environmental degradation through entrepreneurial action". *Journal of Business Venturing*, 22 (1): 50-76
- Eagles, P. F.; McCooland, S. & Haynes, C.** (2002) "Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management". UICN Gland & Cambridge
- Epler, M.** (2002) "Ecotourism: principles, practices & policies for sustainability". United Nations Environment Programme (UNEP), Paris
- EUROPARC-España** (2009) "Anuario EUROPARC-España del estado de los espacios naturales protegidos 2009". Ed. Fundación Fernando González Bernáldez, Madrid
- EUROPARC Federation** 1999 "La Carta Europea del Turismo Sostenible en los espacios protegidos" texto oficial, Generalitat de Catalunya, Departament de Medi Ambient, Barcelona

- EUROPARC Federation** (2007) "European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas", disponible en <http://www.european-charter.org/become-a-charter-area/charter-part-ii>. consulta en febrero 2011
- Fernández, A. & Santos, E. L.** (2010) "Turismo y parque naturales en Andalucía tras veinte años desde su declaración. Análisis estadístico, tipología de parques y problemática de la situación actual". *Anales de Geografía* 30 (1): 29-54
- Gerlach, A.** (2003) "Sustainable entrepreneurship and innovation". Centre for Sustainability Management, University of Luenburg, Conference Proceeding of Conference Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Leeds
- Hart, S. L.** (2005) "Capitalism at the crossroads: the unlimited business opportunities in solving the world's most difficult problems". Wharton School Publishing, Philadelphia
- Hassan, S. S.** (2000) "Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry". *Journal of Travel Research*, 38 (3): 239-245
- Hockerts, K.** (2003) "Sustainability innovation: ecological and social entrepreneurship and the managing of antagonistic assets". PhD Dissertation, University of St. Gallen, Schweiz
- IET - Instituto de Estudios Turísticos** (2009) "Movimientos turísticos en fronteras" (Frontur) y "Movimientos turísticos de los españoles" (Familitur). Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid
- Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre.** BOJA nº 74, 28/3/1989
- Nepal, S. K.** (2000) "Tourism in protected areas". *Annals of Tourism Research*, 27 (3): 661-681
- OMT- Organización Mundial de Turismo** (1980) "Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial", Manila
- OMT** (1989) "Declaración de la Haya sobre turismo". La Haya
- OMT** (1993) "Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects", Paris
- OMT** (1995) "Carta Mundial de Turismo Sostenible", Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, Lanzarote
- Pastakia, A.** (1998) "Grassroots ecopreneurs: change agents for a sustainable society". *Journal of Organizational Change Management*, 11 (2): 157-173
- Poggi, M.; Ferreira, M. & Ruschmann, D.** (2006) "Competitividad y turismo sustentable. El caso de Aguas de San Pedro (San Pablo, Brasil)". *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15: 220-235
- Pulido, J. I.** (2008) "Gestión turística activa y desarrollo económico en los parques naturales andaluces. Una propuesta de revisión desde el análisis del posicionamiento de sus actuales gestores". *Revista de Estudios Regionales*, 81: 171-203
- Prahalad, C. K.** (2004) "The fortune at the bottom of the pyramid –eradicating poverty through profits". Wharton School Publishing, Philadelphia
- Schaper, M. (Ed.)** (2005) "Making ecopreneurs: developing sustainable entrepreneurship". MPG Books, Bodmin, Cornwall
- Secretaría General de Turismo** (2004) "El turismo de naturaleza en España y plan de impulso. Estudios de Productos Turísticos", Ministerio de Industria y Comercio, Madrid

Shepherd, D. A. & Patzelt, H. (2010) "The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action linking «What is to be sustained» with «What is to be developed»". *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 35 (1): 137-163

Steyaert, C. & Hjorth, D. (2006) "Entrepreneurship as social change. A third movement in entrepreneurship book". Edward Elgar, Cheltenham

Toledano, N. & Gessa, A. (2002) "El turismo rural en la provincia de Huelva. Un análisis de las nuevas iniciativas creadas al amparo de los programas LEADER II Y PRODER". *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, 6: 107-121

Zahra, S. A.; Filatotchev, I. & Wrigth, M. (2009) "How do threshold firms sustain corporate entrepreneurship? The role of boards and absorptive capacity". *Journal of Business Venturing*, 24 (3): 248-260

Recibido el 23 de marzo de 2011

Correcciones recibidas el 25 de abril de 2011

Aceptado el 30 de abril de 2011

Arbitrado anónimamente

REPRESENTACIONES SOCIALES DEL FENÓMENO TURISMO SEXUAL

Análisis de notas periodísticas

Marcela Ferreira Marinho*
Marcia Maria Cappellano dos Santos**
Universidade de Caxias do Sul
Brasil

Resumen: En los estudios de las representaciones sociales se sitúa la perspectiva teórica que las entiende como productos sociales formados por las condiciones sociales que las originan (contexto de producción) asociadas a las interpretaciones de los individuos y a las reinterpretaciones desarrolladas por los sujetos sociales en los espacios de interacción. Desde esta perspectiva la elaboración de las representaciones sociales se daría en un contexto intertextual, esto es, en la interfaz del texto socio-histórico (o de las construcciones que alimentan la subjetividad) y el discurso que se instituye en las relaciones sociales. En este escenario la prensa se configura como un medio de interacción en el cual las voces discursivas actúan como elementos ora estructuradores de representaciones sociales, ora estructurados por ellas. En base a este supuesto, este estudio busca por medio del análisis discursivo de noticias periodísticas de los medios gráficos identificar concepciones de turismo sexual y representaciones sociales subyacentes en ellas. El corpus evaluado está constituido por noticias publicadas en el periódico la Gazeta de Alagoas. El trabajo analítico-interpretativo se apoya en el carácter responsivo de la enunciación de acuerdo con la teoría bakhtiniana, en la polifonía según Ducrot, y en la heterogeneidad discursiva como la entiende Authier-Révuz. En base a inferencias y articulaciones enunciativas realizadas a partir de marcas lingüístico-discursivas, la ilicitud surge como elemento central en los procesos de objetivación y de anclaje, materializando la producción simbólica de los locutores-sujetos sociales respecto del fenómeno "turismo sexual".

PALABRAS CLAVE: turismo, turismo sexual, representaciones sociales, prensa gráfica, análisis del discurso.

Abstract: Social Representation of the Sex Tourism Phenomenon Subjacent to the Journalism Matters. In studies of social representations lies the theoretical model that considers them social products formed by social conditions (context of production) associated with individuals' interpretations and reinterpretations of social agents in interaction spaces. From this perspective the development of social representations would happen in an intertextual context, in other words, it would happen in the interface of the social and historical text – context that holds the subjectivity - with the discourse established on social relationships. It is here that the media is established as a mean of interaction where its discursive voices sometimes acts as structural elements of social representations and

* Licenciada en Turismo, Especialista en Psicología Jurídica y en Fundamentos Científicos y Metodológicos de la Investigación y la Docencia (Facultad de Halagaos, Brasil); y Master en Turismo por la Universidad de Caxias do Sul, Brasil. E-mail: marcela_turismo@hotmail.com

** Bacharel y Licenciada en Letras: Português-Francês (Universidade Mackenzie – São Paulo, Brasil), Master en Letras y Lingüística Aplicada a la Educación (Pontificia Universidad Católica de Rio Grande do Sul, Brasil), y Doctora en Educación y Metodología de la Educación (Universidad Federal de São Carlos – SP, Brasil). E-mail: mcsantos@ucs.br

sometimes is structured by them. According to these considerations, this study seeks to identify conceptions of sex tourism and the underlying social representations. The corpus under examination consists of reports published in the Gazeta de Alagoas, a Brazilian newspaper. The analytic and interpretive work references itself in the responsive character of enunciation, as focused on the Bakhtinian theory, in polyphony, according Ducrot; and in a discursive heterogeneity, such as meant by Authier-Revuz. Based on inferences and joints made from linguistic and discursive traces, the illegality arises as a central element in the processes of objectification and anchoring materializing the symbolic production of the social subject speakers in concerning of the phenomenon "sex tourism".

KEY WORD: *tourism, sex tourism, social representations, printed media, discourse analysis.*

INTRODUCCIÓN

El turismo sexual (TS) es asociado con frecuencia a la criminalidad vinculada a drogas, al tráfico y a la explotación sexual de mujeres y menores; situaciones originadas en factores tales como la desigualdad y la exclusión social, la discriminación, la corrupción y las redes de explotación. Se han desarrollado múltiples estudios al respecto por parte de los organismos públicos, académicos y de organizaciones no gubernamentales.

A título de ejemplo, en una investigación realizada en la década de 1990 en Alemania, Arim Soares Do Bem (2005: 99), caracteriza el fenómeno como [...] *producido por una serie de engranajes subterráneos diseminados en las sociedades emisoras y receptoras de turistas*. Según el investigador, el TS, a semejanza del mercado, [...] *carece de infraestructura en ambos contextos, de vías de acceso, de medios de transporte, y de la mediación de agentes y recursos humanos*.

Desde esa misma perspectiva, el *Centro Humanitário de Apoio à Mulher - CHAME* (1998), en Salvador, propone cuatro figuras clave en el circuito del TS de la ciudad: el facilitador, el agente, las mujeres y los turistas. De acuerdo con la organización, esos actores figuran en el TS internacional y nacional, lo cual organizado bajo un poder paralelo alberga redes de tráfico muchas veces camufladas bajo fachadas de empresas comerciales, turísticas, de entretenimiento, de moda, o agencias de servicios (por ejemplo matrimoniales). Leal & Leal (2002) incluyen el tráfico de personas en la red de la industria del turismo, entre otras seis redes mencionadas. Faleiros & Campos (2000) resaltan que la explotación sexual comercial de niños conecta pequeñas ciudades y grandes centros urbanos uniando países en desarrollo y desarrollados.

Una rápida incursión en las disertaciones y tesis disponibles en el Banco de Datos de la Coordinación de Perfeccionamiento de Personal de Nivel Superior (CAPES) permite observar que los trabajos poseen esa misma perspectiva, como se verifica en Lehmann-Carpzov (1994), Caetano (2003), Omondi (2003), Ouriques (2003), Shin (2003), Lomba (2004), Rosa (2004), Ferreira (2005), Gabrielle (2006), Ferreira (2007), Blessa (2008), Mason & Lo (2009) y Marquez (2009). En estos

estudios a la luz de diferentes abordajes teóricos (sociológico, económico, psicológico, entre otros) el TS es abordado en diversos escenarios (pesca, inmigración, homosexualidad, etc.) y en diferentes países.

Sin embargo a pesar de que dichos abordajes se centran particularmente en la explotación sexual, cabría preguntar si la naturaleza y concreción del fenómeno estarían suficientemente contempladas por esas percepciones. ¿Ellas darían cuenta de la amplitud del fenómeno o del binomio que la calificación “sexual” constituye con el fenómeno “turismo”? Si las intervenciones sociales deben estar vinculadas al conocimiento producido por las investigaciones científicas, por lo tanto a aportes teóricos, a la profundización conceptual y a la ampliación permanente de la comprensión de los fenómenos ¿qué percepción tendrían los otros actores sociales del TS? ¿Se podría identificar *in generis* un carácter consensual o tácito fruto de representaciones sociales comunes? Siendo los medios uno de los actores con una fuerte influencia en la construcción de representaciones sociales ¿qué percepciones estarían subyacentes en las notas publicadas?

Con el fin de buscar algunas respuestas a esas preguntas se exponen a continuación algunas reflexiones iniciando con una breve síntesis teórica cuyo objeto son las representaciones sociales.

SÍNTESIS TEÓRICA: TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES

La Teoría de las Representaciones Sociales se afirma como tal en la década de 1950, con los trabajos del psicólogo social francés Serge Moscovici. Los estudiosos que lo precedieron, según Farr (1995), dirigieron el abordaje de las representaciones sociales considerando dos perspectivas: la individual (la cultura) y la colectiva (la sociedad). Moscovici se inserta en la tradición europea de investigación; y para él las representaciones sociales son una forma sociológica de la Psicología Social. Tuvo como antecesor directo a Durkheim con su teoría de las representaciones colectivas. No obstante, Moscovici -contemplando la unión de la psicología humana y las cuestiones sociales y culturales contemporáneas- se vuelca a la nueva sociedad en la cual las tecnologías y la comunicación son esenciales en la formación de las representaciones, éstas no más formadas sólo a partir de la realidad vivida como pensaba Durkheim. Busca así una ruptura con las asociaciones que el término “representaciones colectivas” había heredado del pasado y con las interpretaciones que sociólogos y psicólogos hacían del mismo.

Según Spink (1993: 22), Moscovici decía estar interesado en la [...] *heterogeneidad y fluctuación de los sistemas unificadores (ciencias oficiales, religiones, ideologías) y [en los] cambios por los cuales ellos deben pasar a fin de penetrar en la vida cotidiana y tornarse parte de la realidad común*. Desde esa perspectiva, las representaciones sociales se constituirían en:

[...] *ideas, imágenes, concepciones y visiones del mundo que los actores sociales poseen sobre la realidad, las cuales están vinculadas a las prácticas sociales. O sea, cada grupo social elabora*

representaciones de acuerdo con su posición en el conjunto de la sociedad, representaciones que emergen de sus intereses específicos y de la propia dinámica de la vida cotidiana (Moreira & Oliveira, 1998: XI-XII).

Cabe aquí retomar a Jodelet (citado por Spink, 1995), quien destaca que la Teoría de las Representaciones Sociales reúne dos debates importantes: en el primero, las representaciones aparecen como una modalidad de conocimiento práctico dirigido a la comprensión del mundo y a la comunicación; y, en el segundo, aparecen como elaboraciones de sujetos sociales sobre objetos socialmente valorizados.

Teniendo en cuenta el primer debate, el estudio de las representaciones sociales (como formas de conocimiento práctico) se inserta entre las corrientes que estudian el conocimiento común visto como legítimo y como motor de transformaciones sociales.

En contraposición, las representaciones son también una expresión de la realidad intra-individual o una exteriorización de afecto. Spink (1995) observa que es en ese sentido que las representaciones pasan a ser también estructuras estructuradoras que revelan el poder de creación y de transformación de la realidad social. Basándose en Jodelet, recuerda que la identificación y comprensión de las representaciones sociales requieren la articulación de aspectos afectivos, sociales y mentales integrando la percepción, el lenguaje y la comunicación a las relaciones sociales, involucrando representaciones sociales, la realidad material y social, y las ideas sobre las cuales intervienen. Así, las representaciones sociales son productos sociales, formados por las condiciones sociales que las originan (contexto de producción) asociadas a las interpretaciones de los individuos y a las reinterpretaciones desarrolladas por los sujetos sociales en los espacios de interacción. La elaboración de las representaciones sociales se da, pues, en un contexto intertextual, en la interfaz del texto socio-histórico (o de las construcciones que alimentan la subjetividad) y del discurso que se instituye en las relaciones sociales.

Sin embargo, como señala Spink (1995: 120), independientemente del debate instalado en relación al sujeto al cual se vinculan las representaciones sociales, lo que se *considera no es el individuo aislado, pero sí las respuestas individuales como manifestaciones de tendencias del grupo de pertenencia o de afiliación en lo cual los individuos participan. Es en esa acepción que las representaciones son estructuras estructuradas, o campos socialmente estructurados.*

En ese universo, marcado por relaciones establecidas por y entre representaciones y comunicación, Moscovici (2004) señala que todo lo que perturba el curso normal y estable de las cosas (violación de reglas, fenómenos o ideas extraordinarias, etc.) fascina y alarma. Eso motiva a la creación de representaciones sociales en el intento por construir un puente entre lo extraño y lo familiar. En ese proceso -teniendo en cuenta el control de lo extraño- se ancla en un elemento familiar y se modifica. Además de buscar establecer un puente entre lo extraño y lo familiar, las

representaciones se forman para reducir el margen de no comunicación producida por un cortocircuito en la corriente de intercambios en el grupo social, de tal forma que la finalidad primera y fundamental de la representación social, pasa a ser:

[...] lograr que la comunicación dentro de un grupo sea no problemática y reducir la imprecisión a través de cierto grado de consenso entre sus miembros. Siendo esa la cuestión, las representaciones no pueden conseguirse a través del estudio de alguna creencia o conocimiento explícito, ni ser creadas a través de deliberaciones específicas. Por el contrario, son conformadas a través de influencias recíprocas y a través de negociaciones implícitas en el curso de las conversaciones, donde las personas son orientadas hacia modelos simbólicos, imágenes y valores compartidos específicos (Moscovici, 2004: 208).

En la constitución de las representaciones sociales, conforme Spink (1993), están presentes dos procesos identificados por Moscovici: la objetivación y el anclaje. Lo primero parte del principio de la materialización: el objeto deja de ser abstracto y pasa a permear las concepciones de los individuos; el segundo parte del principio de la interpretación de ese objeto bajo un determinado contexto. Así, esos dos procesos son responsables por la mediación social de la representación social.

Son formas específicas en las que las representaciones sociales establecen mediaciones, llevando a un nivel casi material la producción simbólica de una comunidad y dando cuenta de la concreción de las representaciones sociales en la vida social (Jovchelovitch, citado por Spink, 1993: 34).

El conjunto de los elementos teóricos hasta aquí abordados conforma un referente mínimo para realizar las reflexiones pretendidas sobre cómo se configuran esos procesos relativos a la mediación social de representaciones sociales subyacentes a las prácticas discursivas de los medios de comunicación; particularmente en las notas periodísticas sobre TS. Para esto se consideró la hipótesis de que el discurso de los medios se configura como un medio de interacción donde voces discursivas actúan como elementos ora estructuradores de las representaciones sociales, ora estructurados por ellas. Por su parte, la identificación de dichos procesos demanda que se busquen referencias teóricas metodológicas a partir de las cuales se pueda proceder al análisis de esas prácticas. En este escenario se proponen algunas consideraciones a seguir: sobre la naturaleza social de la enunciación y el carácter responsivo del lenguaje según Bakhtin; sobre la polifonía en la teoría de Ducrot; y sobre la heterogeneidad, como la entiende Authier-Révuz.

MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

Oponiéndose a la concepción de la lengua como un sistema de normas inmutables (postulada por la lingüística tradicional) y de la enunciación como un acto individual, Bakhtin (1997: 290) propone el dinamismo del lenguaje y la naturaleza social de la enunciación definida como la materialización de la

interacción verbal de sujetos históricos. Para él la comprensión de un enunciado vivo requiere una actitud responsiva, luego, [...] *toda comprensión contiene respuesta y, de una forma u otra, forzosamente la produce: el oyente se convierte en locutor*. Allí reside el dinamismo discursivo. Entender la naturaleza social de la enunciación parte de la hipótesis de que el locutor es también quien responde, pues

[...] *no es el primer locutor el que rompe por primera vez el eterno silencio de un mundo mudo, y presupone no sólo la existencia del sistema de la lengua que utiliza sino también la existencia de enunciados anteriores (que emanan del mismo o de otro) a los cuales su propio enunciado está vinculado por algún tipo de relación (se fundamenta en ellos y polemiza con ellos), pura y simplemente supone que el oyente los conoce. Cada enunciado es un eslabón de una cadena muy compleja de otros enunciados* (Bakhtin, 1997: 291).

Esa permanente interrelación del enunciado con otros caracteriza su naturaleza dialógica. Por otro lado, en la teoría bakhtiniana todo enunciado comporta una dimensión verbal y otra extra verbal con los elementos extra verbales integrándose a los verbales; como un proceso indispensable para su constitución semántica. Así, el discurso que abarca los aspectos subjetivos del hablante se conecta a los aspectos objetivos del contexto. En ese sentido, toda dimensión verbal es siempre heterogénea y constitutivamente ideológica y social. Braga (1980 citado por Brandão, 1996: 12) entiende que:

[...] *el lenguaje como discurso es interacción, un modo de producción social y no es inocente (en la medida en que está inserto en una intencionalidad) ni neutro, por eso es el lugar privilegiado para la manifestación de la ideología. Es el “sistema-soporte” de las representaciones ideológicas [...], es el ‘medium’ social donde se articulan y enfrentan los agentes colectivos y se consubstancian las relaciones interindividuales*.

En esta perspectiva donde el lenguaje es considerado como un sistema de significación de la realidad, lo ideológico pasa a residir entre la cosa representada y el signo que representa (Brandão, 1996). En la composición del universo conceptual de Bakhtin, como señalan Flores et al. (2009: 101), cuando se constituye el enunciado,

[...] *existe un entrecruzamiento de voces discursivas en competencia, en el cual se encuentran y se distancian diferentes puntos de vista o visiones del mundo. [...] El enunciado (enunciación), surgido en un determinado momento social e histórico, no puede dejar de tocar los miles de hilos dialógicos existentes, de ser participante activo del diálogo social. [...] Así, el enunciado para Bakhtin (textos de 1934 y 1935) se concreta a partir de una pluralidad de voces, donde fuerzas de centralización y expansión en permanente tensión garantizan el dinamismo de los sentidos por la interceptación entre voces sociales, acentuadas valorativamente por los sujetos históricos*.

Por lo tanto, por la marca de la naturaleza social de la enunciación y del juego de las voces discursivas se pueden buscar articulaciones con los supuestos de la Teoría de las Representaciones Sociales. Desde esa perspectiva se entiende que para el análisis de las notas periodísticas la categoría esencial necesaria para la comprensión de la formación del discurso es el “sujeto” histórico, social y heterogéneo que se constituye a partir del otro. No se trata más del sujeto “uno” u “homogéneo” como es postulado en la lingüística clásica (Brandão, 1996).

Ducrot (citado por Brandão, 1996), contestando igualmente la unicidad del sujeto hablante afirma que existe más de una voz en el discurso. Ese sujeto posee tres propiedades fundamentales: ser encargado de toda actividad psico-fisiológica; ser el autor o el origen de los actos ilocucionarios y ser el sujeto hablante (alguien que opera el discurso a partir de la ligación del lenguaje con el contexto social actual).

La constitución de esas diversas voces en el discurso está marcada por el recorrido que el sujeto hace en el momento de la articulación entre la adaptación de su habla, la elaboración mental y la objetivación externa. Ésta correspondería al acto de enunciación entendido como la realidad del lenguaje a partir de la articulación de la lengua con el contexto no verbal.

De acuerdo con la descripción de Schröder (2009: 189), teniendo en cuenta los textos de Ducrot de 1988, se distinguen en los enunciados tres sujetos con funciones diferentes:

[...] el sujeto empírico (SE) es el autor del enunciado, responsable por su relación física, y su determinación no interesa a la descripción lingüística, que debe preocuparse por lo que está en el enunciado y no por las condiciones ajenas a su producción. El locutor (L) es el supuesto responsable, a quien se le atribuye la responsabilidad del sentido construido en el enunciado. Él se muestra en la enunciación con marcas de persona, tiempo y espacio. El Enunciador (E) es la fuente de los diferentes puntos de vista presentados por el locutor en el enunciado.

Azevedo (2006) explicita que, correlativamente al locutor (L) y al Enunciador (E), están el Alocutario (A), a quien es dirigida la enunciación del locutor, y el Destinatario (D), a quien se dirigen los actos ilocucionarios producidos por los enunciadores. En relación a la teoría de Ducrot, la autora destaca que el locutor responsable del enunciado mediante el mismo coloca en escena a los enunciadores cuyos puntos de vista y cuyas actitudes él organiza. En ese sentido, manifiesta su propia posición en relación a los enunciadores sea asimilándose a uno o a otro, sea haciéndolos aparecer para contestarlos, o para mencionar otros puntos de vista distintos a los propios.

Azevedo (2006: 91) menciona aún que *el sentido del enunciado estaría, entonces, no sólo en las diferentes voces que se manifiestan a través de él, sino, principalmente, en la posición del locutor frente a los enunciados que son movilizados por él en la producción del enunciado.* Para reconstruir el sentido del enunciado sería necesario por medio del análisis de marcas discursivas, localizar al

locutor y a los enunciadores, e identificar la actitud del locutor en relación a cada uno de los enunciadores:

[...] (a) *El locutor puede identificarse con uno de los enunciadores, como en el caso de la afirmación [...] el cielo está nublado [en que] el locutor presenta un punto de vista según el cual hay nubosidad en el cielo y, por su parte, asume ese punto de vista.* (b) *El locutor aprueba al enunciador, indica que está de acuerdo con ese enunciador, aunque el enunciado no tenga por finalidad hacer admitir el origen de ese punto de vista. Es lo que ocurre con la presuposición en un enunciado clásico como Pedro dejó de fumar. El locutor aprueba al enunciador E_1 , quien afirma que Pedro fumaba antes (presupuesto) y se identifica con el enunciador E_2 , que afirma que Pedro no fuma actualmente (puesto).* (c) *El locutor se opone al enunciador, recusa su punto de vista como acontece en los enunciados humorísticos en los cuales el locutor presenta un punto de vista absurdo, que él mismo recusa, sin presentar ningún otro que pueda corregir al primero.*

Flores et al. (2009: 136) dicen que la enunciación en la teoría de Authier-Revuz, [...] *constituye un campo heterogéneo del conocimiento cuyos estudios centran su interés en la relación del sujeto con la lengua y con el sentido.* Por esa razón, para la descripción de los hechos enunciativos la lingüística necesita apoyarse en perspectivas ajenas a su estricto campo de estudio, configurándose así la “heterogeneidad teórica”.

Para la investigadora, la presencia de la alteridad en el discurso (aquella marcada explícitamente o señalada de modo implícito) lleva a un punto límite en el cual la heterogeneidad no es localizable, tampoco es marcada en la linealidad del decir o en la superficie lingüística del discurso. Es en ese punto límite que se instituye la heterogeneidad constitutiva y que lo otro, siempre presente en la manifestación discursiva, [...] *no se restringe a un exterior a quién - de quién - de qué se habla, sino que es una condición para que se hable* (Flores et al., 2009: 135).

El habla es, en esa perspectiva, determinada más allá de la voluntad del hablante. Éste cree ser la fuente de su decir, cuando en verdad, es su soporte y su efecto. La heterogeneidad constitutiva del discurso se aproxima así a la Teoría de las Representaciones Sociales. De naturaleza inconsciente, negada en el enunciado, la heterogeneidad constitutiva del discurso es marcada por ideologías, creencias, etnias y elementos instituidos por el grupo social.

Authier-Révuz define la heterogeneidad mostrada como la *representación de diferentes modos de negociación del sujeto hablante con la alteridad que afecta la homogeneidad aparente de su decir, a través de formas lingüísticamente detectables, en la linealidad del discurso* (Flores et al., 2009: 136). Esas formas aprehensibles indican la inscripción de otro decir en el discurso del enunciador en el intento de presentar como homogéneo lo que, por naturaleza, es heterogéneo y de marcar el dominio que el enunciador tiene de su decir. *De ese modo, procura preservar la imagen ilusoria del sujeto*

autónomo, que sabe quién habla, de qué habla y cómo habla, condición necesaria para que un discurso sea efectivizado (Flores et al., 2009: 136).

La heterogeneidad mostrada puede presentarse de forma marcada (discurso directo, discurso indirecto, glosas, aspas, por ejemplo) y no marcada, como es el caso de la ironía o del discurso indirecto libre, entre otros mecanismos discursivos. El plano de la heterogeneidad constitutiva y el de la heterogeneidad mostrada se presentan solidariamente en el discurso. Se trata de dos planos distintos, pero no separados.

Por lo tanto, la asociación de esas tres teorías en el análisis de marcaciones lingüísticas emerge como un procedimiento analítico-interpretativo de las notas periodísticas, pasible de engendrar relaciones comparativas y asociativas con los supuestos de la Teoría de las Representaciones Sociales.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se desarrolló a través de un abordaje cualitativo estructurado en un proceso analítico hermenéutico. Se analizaron varias notas publicadas en el periódico *Gazeta de Alagoas* con la intención de identificar concepciones sobre turismo sexual y representaciones sociales subyacentes en ellas. Utilizando el término de búsqueda “turismo sexual” se relevaron las notas publicadas entre 2007 y 2009. Se seleccionó una muestra aleatoria de 9 (nueve) de las 18 (dieciocho) notas encontradas -conforme se indica en las referencias electrónicas- mediante la aplicación del mecanismo de elección “una sí, una no”, considerando la secuencia cronológica de publicación. El trabajo, por medio del análisis polifónico y de la heterogeneidad del discurso se volcó al juego enunciativo entre locutores y enunciadore, entre enunciados explícitos e implícitos, entre enunciados puestos y presupuestos, entre diferentes voces discursivas.

Hay que destacar que antes del análisis se realizó un examen de las noticias para buscar una aprehensión global de sentido, derivada de procesos de reducción en unidades discursivas (u organizadoras del discurso) y de la articulación de esas unidades. En ese abordaje se puntuaron tópicos (o unidades discursivas) y a partir de ellos se identificaron (en situaciones de discursos explícitos) o se infirieron (en situaciones de discursos implícitos) ideas, imágenes, concepciones y visiones del mundo propias de los actores sociales involucrados (locutores y enunciadore instituidos por el discurso de los redactore) constitutivas del universo conceptual del TS y de sus vínculos con las prácticas sociales. En base a los datos organizados fueron rearticuladas las articulaciones de las unidades discursivas elaboradas para cada una de las notas en estudio y se identificaron tres grandes ejes: ocurrencia del fenómeno, aproximación a la explotación sexual de niños y adolescentes y su carácter criminal (de ilicitud). Esos ejes se constituyeron en la guía del análisis polifónico.

ANÁLISIS DISCURSIVO: ABORDAJE POLIFÓNICO

Procediendo a un análisis discursivo bajo la lente de las teorías de la Polifonía y de la Heterogeneidad Discursiva se destacan aquí algunos puntos para identificar en la voz del periódico (intra e inter fragmentos) el universo conceptual del TS configurado en las notas publicadas, así como las representaciones sociales subyacentes.

Ocurrencia del fenómeno en Brasil y en Alagoas

Considerando el conjunto de notas analizadas, tanto explícita como implícitamente, los enunciados no cuestionan la ocurrencia del fenómeno, presentada como un hecho no reciente (igual que su combate). Eso puede ser ilustrado por diferentes fragmentos, entre los cuales fueron seleccionados algunos que se transcriben a continuación.

Los integrantes del Foro Alagoas de Lucha contra la Explotación Sexual de Niños y Adolescentes participaron este lunes de una reunión organizativa del Día Nacional de Lucha contra el Turismo Sexual, que será realizado el 18 de mayo, en todo el país (NOTA 3).

Considerando que existe un día nacional de lucha contra el turismo sexual se presupone que el fenómeno ocurre (comprensión asumida por el locutor). En el enunciado presente en la voz del locutor ningún elemento se opone a ese supuesto; por el contrario, el mismo es reforzado por la inserción textual de la expresión “en todo el país”.

En esta misma dirección aparece el segmento *Para planificar acciones de lucha contra el turismo sexual y combatir la explotación sexual de niños y adolescentes* presente en la Nota 2.

La Asociación de Derechos Humanos del Ministerio Público de Alagoas y el Servicio de Lucha contra la Violencia, Abuso y Explotación Sexual de Niños y Adolescentes (Sentinela) convocan a una reunión a las 9 horas del próximo lunes, en el auditorio de la Procuraduría General de Justicia de Maceió, para planificar acciones para combatir la explotación sexual de niños y adolescentes y el turismo sexual (NOTA 2).

En la medida en que el TS es enunciado como un objeto de lucha, se presupone el enunciado “Existe turismo sexual”. En cuanto al hecho de encontrar o no TS en Alagoas, en un primer momento el fragmento destacado no permite afirmar de modo absoluto la existencia de ese fenómeno en el lugar pues el hecho de que la reunión se realice en Maceió (anunciado en el título y confirmado por las expresiones indicativas del lugar) no implica obligatoriamente que el objeto de lucha exista en el Estado. Sin embargo, relacionando la referida marcación discursiva con el fragmento *El Ministerio Público también discute acciones prácticas para combatir el TS principalmente en la capital alagoana*, extraído de la Nota 5, la inferencia cobra autoridad.

Aproximación del turismo sexual a la explotación sexual

La lectura de las notas saca a la luz enunciados que se refieren a la explotación de menores y al turismo sexual, ora vistos como fenómenos distintos, ora vistos como fenómenos que se funden. Esos dos posicionamientos discursivos y las concepciones correspondientes, serán abordados a continuación.

Turismo sexual y explotación sexual como fenómenos distintos

Obsérvese el siguiente fragmento:

Se llevó a cabo esta mañana una reunión, en la sede de la Procuraduría General de la Justicia [...]. El tema discutido: el combate de la explotación de niños y adolescentes “y” del turismo sexual (NOTA 5).

En este extracto, la conjunción “y”, como marca del discurso del locutor, permite inferir que el turismo sexual y la explotación sexual están considerados como fenómenos distintos, visto que “y”, término de carácter aditivo, refuerza la diferenciación entre ellos. La misma lógica se aplica al extracto que sigue.

La Asociación de Derechos Humanos del Ministerio Público de Alagoas y el Servicio de Lucha contra la Violencia, Abuso y Explotación Sexual de Niños y Adolescentes (Sentinela) convocan a una reunión [...] para planificar acciones para combatir la explotación sexual de niños y adolescentes y el turismo sexual (NOTA 2).

Esta distinción es corroborada por la articulación de los segmentos presentes en el extracto de la nota 5.

De acuerdo con la promotora Marluce Falcão, un número cada vez mayor de niños y adolescentes son víctimas de abuso y explotación sexual en Alagoas. [...] La idea es concientizar a la población sobre la importancia de denunciar. [...] El Ministerio Público también discute acciones prácticas para combatir el turismo sexual, principalmente en la Capital alagoana. La promotora dijo aún que el MP y los organismos asociados ya están obteniendo resultados de las campañas anteriores (NOTA 5).

La contraposición del segmento *un número cada vez mayor de niños y adolescentes son víctimas de abuso y explotación sexual en Alagoas* con el segmento *también discute acciones prácticas para combatir el turismo sexual* lleva a pensar que se trata de dos fenómenos. Eso es reforzado por el adverbio “también” (igualmente). Se destaca que ambos fragmentos expresan la voz (discurso directo) del locutor 2 (promotora): en el primer caso presentando la constatación de un hecho (abuso

y explotación sexual de niños y adolescentes en Alagoas); en el segundo, informando sobre el combate de otro hecho (turismo sexual).

En esta misma perspectiva de análisis puede mencionarse el segmento del discurso directo: *La campaña también cuenta con el apoyo del trade turístico ya que uno de sus objetivos es combatir la explotación del turismo sexual. La expresión “uno de los” individualiza ese objetivo en relación a otros.*

Se puede inferir no obstante una percepción diferente en las manifestaciones verbales implícitas y explícitas constantes en otros fragmentos cuando la explotación sexual de niños y adolescentes se convierte en un elemento definidor del turismo sexual.

Explotación sexual como elemento definidor del turismo sexual

“Diversas actividades serán desarrolladas a partir de la segunda semana del próximo mes, culminando con la gran manifestación que vamos a realizar en Maceió el 18 de mayo”, adelantó la promotora de Justicia. [...] Además, también se está programando una sesión pública en la Asamblea Legislativa del Estado para discutir el Código de Conducta del Turismo contra la Explotación Sexual de Niños y Adolescentes. [...] “El Comité será el guardián del Código de Conducta, que tiene como objetivo crear una red de protección contra el turismo sexual. Cabrá al Comité evaluar si una empresa merece o no recibir el sello de amiga de la lucha contra el turismo sexual, del mismo modo que cabrá al Comité retirar el sello de cualquier empresa que haya contrariado las reglas establecidas por las entidades que forman parte del Foro”, explicó la promotora de Justicia (NOTA 3).

El turismo sexual aquí es asociado a la explotación sexual de niños y adolescentes. Se pueden relacionar tres segmentos para comprender ese sentido atribuido al fenómeno: *discutir el Código de Conducta del Turismo contra la Explotación Sexual de Niños y Adolescentes”; El comité será el guardián del Código de Conducta, que tiene como objetivo crear una red de protección contra el turismo sexual y lucha contra el turismo sexual.*

El primer segmento tiene como enunciados presupuestos “Existe explotación sexual de niños y adolescentes”; “Existe explotación sexual de niños y adolescentes en el turismo” (el Código de Conducta es de Turismo) y “La explotación sexual en el turismo es combatida”. En una primera lectura es posible inferir el enunciado de que el turismo tiene una naturaleza diferenciada de la explotación sexual de niños y adolescentes. Mientras que al ser asociado al segundo y tercer segmentos las referencias a la explotación sexual de niños y adolescentes son abarcadas por el término “turismo sexual”, de modo que en el universo conceptual que se desprende la explotación sexual de niños y adolescentes pasa a ser una característica definidora del TS.

Es importante aquí presentar el análisis del juego de las voces discursivas. Mediante el recurso de la alteridad marcada, el locutor lleva al campo discursivo la voz del locutor 2 (asociada al sujeto empírico doblemente marcado: “Promotora de Justicia, Marluce Falcão); que, en el enunciado precedente de la noticia, es presentada como una figura de autoridad, como conductora de la reunión organizativa del Día Nacional de Lucha contra el Turismo Sexual. Al no haber ninguna marca lingüística que ponga en cuestión el enunciado explícito por parte de ninguno de los locutores, ambos asumen el enunciado implícito “el objeto contra el cual lucha el Código de Conducta del Turismo es el TS”. El propio título de la nota, *El Foro prepara una estrategia para combatir el turismo sexual* ratifica ese posicionamiento discursivo.

Sin embargo, en el párrafo anterior en secuencia al discurso directo del locutor 2, el objeto de combate del Código de Conducta que se presenta es la explotación sexual de niños y adolescentes. Ese juego polifónico en su conjunto no sólo contribuye a reforzar la comprensión de que los fenómenos “turismo sexual” y “explotación sexual de niños y adolescentes” se funden, como también de que esa idea es representativa de la colectividad con el aval de las autoridades institucionales.

También se pueden citar otros fragmentos para mostrar la asimilación de un fenómeno con el otro. Entre ellos, merece destacarse el siguiente:

ALAGOAS UNE FUERZAS CONTRA EL TURISMO SEXUAL - 18 de mayo de 1973, treinta y cuatro años atrás. Araceli Cabrera Crespo tenía ocho años. Vivía en Vitória, en Espírito Santo. Sonrisa larga, pelo largo, flequillo. Aquella mañana, no volvió del colegio. Nunca más fue vista. Su cuerpo fue encontrado seis días después, desfigurado con ácido. [...] La pequeña Araceli fue secuestrada, drogada, torturada y asesinada en la tarde del día en que desapareció, por un grupo de jóvenes de la alta sociedad capixaba (NOTA 4).

En la nota se relata la violencia sufrida por una niña y aparece el día de su muerte, el 18 de mayo. Esa violencia es explicitada por los términos “secuestrada”, “drogada”, “torturada” y “asesinada”, y la autoría es bien explicitada por la expresión “grupo de jóvenes de la alta sociedad capixaba”. Mediante dichas consideraciones, el título *Alagoas une fuerzas contra el turismo sexual*, al principio parece incoherente con la secuencia textual. La recuperación de la coherencia es solamente posible al recuperar los enunciados implícitos contextualizados por conocimientos extratextuales compartidos por el lector y no verbalizados textualmente. Si no fuera así, la comprensión de la noticia y de su contextualización mediante el título que la encabeza, se vería comprometida.

El locutor 1 estaría entonces asumiendo secuencias de enunciados representativos de posicionamientos colectivos como: “el 18 de mayo es el día que se rinde homenaje a Araceli, muerta a causa de la violencia sexual sufrida por ella”; “la violencia sexual de niños y adolescentes es una característica del TS”; “el 18 de mayo es (por esa asociación con la violencia sexual) el día nacional

de la lucha contra el TS”; “ese día se organizan eventos para reflexionar sobre la violencia sexual y realizar campañas para combatir el TS”.

En otras palabras, en la voz del locutor (y de la colectividad) estaría implícito que la violencia contra los niños y adolescentes es una característica del TS. De esa forma, el día que marca la lucha contra el TS puede estar vinculado a la fecha de la muerte de la chica violentada en Vitória.

Otras marcas discursivas pueden ser analizadas, como las que aparecen en los próximos fragmentos:

Se distribuirán panfletos de carnaval con el mensaje “La explotación sexual de los niños y adolescentes es un crimen. Denuncie”. [...] De acuerdo con la procuradora de Trabajo, Rosemeire Lôbo, titular de la Coordinadoría Regional de Lucha contra la Explotación del Trabajo de los Niños y Adolescentes (Coordinfância), ese será un trabajo de concientización para alertar a la población sobre ese mal que maltrata a los niños y adolescentes: la explotación sexual. “Vamos a intentar concientizar a las personas por medio de esos panfletos para evitar que Alagoas sea incluido en la ruta del turismo sexual y la explotación de niños y adolescentes como sucede en otras capitales nordestinas” (NOTA 8).

En la nota se observa una secuencia cohesiva en dos niveles: el primero, de superficie, expresado en la relación entre tres segmentos: *Se distribuirán panfletos de carnaval con el mensaje “La explotación sexual de niños y adolescentes es un crimen”; ese mal que maltrata a los niños y adolescentes: la explotación sexual* (relación establecida por el pronombre “ese”); y, *evitar que Alagoas sea incluido en la ruta de turismo sexual y explotación de niños y adolescentes*. En los tres segmentos el locutor hace referencia a la explotación sexual de niños y adolescentes.

El segundo nivel cohesivo está configurado por relaciones implícitas que pueden ser construidas a partir del término “ruta” y de otros términos presentes en la nota. En una primera lectura, debido a la presencia de la conjunción “y” el TS y la explotación sexual de niños y adolescentes serían considerados como distintos uno de otro. Sin embargo, el carácter aditivo de la conjunción parece diluirse cuando se considera el título de la nota (*El Prt Hace Campaña Contra La Explotación Sexual*) contrapuesto a las aproximaciones entre ambos fenómenos identificados en la voz del locutor, en segmentos de la misma nota como *hará una advertencia a la sociedad, principalmente a las empresas del sector turístico, sobre la explotación sexual de niños y adolescentes; el material será dejado en los hoteles y posadas de Maceió y el 20 de febrero será distribuido a los automovilistas que salgan de la ciudad*. En ese contexto enunciativo, la conjunción “y” parece configurar una relación de consecuencia: “turismo sexual, luego, explotación de niños y adolescentes”.

Otra lógica cohesiva implícita construida en esa misma dirección puede inferirse en el análisis de la nota 9: *Acción contra el abuso infantil en el Centro - Campaña destaca la importancia de denunciar*

la violencia. En ella coexisten dos tipos de fragmentos: aquel que traduce la percepción de la existencia de la dinámica de la explotación sexual de niños y adolescentes en el turismo y el otro, que considera a la explotación sexual de niños y adolescentes como una motivación para el turismo.

Después de recorrer seis capitales nordestinas, la Campaña Welcome to Brazil desembarca en la ciudad de Maceió, en Alagoas. Nuevamente, la campaña [...] pone en relieve a la explotación sexual de niños y adolescentes en el turismo. [...] En el exterior, la campaña fue presentada en ocho ferias de turismo. Argentina, Inglaterra, Portugal, Holanda, España, Italia, Alemania y Suecia recibieron al equipo brasileño que distribuyó material de promoción mostrando que Brasil está en contra de la práctica del turismo con motivación sexual de niños y adolescentes. “Aunque internamente Brasil debate el tema desde hace más de una década, hablar sobre eso en el exterior aún es un tabú”, observa el consultor de la Executiv, Francisco Rosário, mostrando que el país es pionero con este proyecto. [...] “Estamos difundiendo a los operadores internacionales la idea de que Brasil reprime esa práctica. Que si un turista quiere visitar el país con ese objetivo, es mejor que no venga”. Y si viene, será castigado. (NOTA 9)

Esa aproximación del turismo sexual con la explotación sexual de niños y adolescentes denotando una fusión entre los fenómenos, a diferencia del primer abordaje (fenómenos distintos), instauro la dimensión de la ilicitud cuyas marcaciones enunciativas serán analizadas a continuación.

Ilícitud del fenómeno

La ilicitud del TS puede ser examinada ya sea por su asociación con la explotación sexual de niños y adolescentes, por la mención en los textos a las instituciones socialmente definidas por su oposición a la criminalidad, o por la referencia a la violación de los derechos humanos, entre otros aspectos. Esto se puede observar en el siguiente fragmento:

La Justicia italiana está procesando cuatro agencias de viaje por la formación de una asociación ilícita y la promoción del turismo sexual en Brasil. La acusación está focalizada en el hecho de que las empresas atendían clientes entre 20 y 60 años de edad y organizaban encuentros sexuales con chicas menores de edad (NOTA 1).

La ilicitud, denotada por los términos “procesando”, “acusación”, “justicia”, “asociación ilícita” unidos a “promoción del turismo sexual” y “organizaban encuentros sexuales con chicas menores de edad” se potencia con la oposición entre las expresiones “menores de edad” y “clientes entre 20 y 60 años de edad”. También se pueden inferir algunos aspectos complementarios al cuadro de la criminalidad en el universo conceptual del turismo sexual: la dimensión transcontinental de la explotación sexual de los niños y adolescentes, la preocupación mundial por la lucha contra la explotación sexual de niños y adolescentes, y la preocupación mundial por el turismo sexual.

De la misma nota, se puede destacar para el análisis el siguiente fragmento:

La investigación, bautizada 'Chicas Fortaleza', llevó a la prisión a las cuatro el 14 de diciembre de 2004; y había sido puesta en marcha después de un estudio sobre turismo sexual publicado en Brasil en el año 2002, cuyo objetivo era combatir el fenómeno (NOTA 1).

En esa cita, se articulan siete elementos entre sí: “investigación”, “prisión”, “chicas”, “estudio”, “turismo sexual”, “combatir” y “fenómeno”. Esa marcación discursiva señala la comprensión del TS como un fenómeno que necesita ser combatido (y lo que debe ser combatido es socialmente ilícito).

La Asociación de Derechos Humanos del Ministerio Público de Alagoas y el Servicio de Lucha contra la Violencia, Abuso y Explotación Sexual de Niños y Adolescentes (Sentinela) convocan a una reunión a las 9 horas del próximo lunes, en el auditorio de la Procuraduría General de Justicia de Maceió, para planificar acciones para combatir la explotación sexual de niños y adolescentes y el turismo sexual (NOTA 2).

En este caso, el hecho de que la Asociación de Derechos Humanos y el Servicio de Lucha contra la Violencia, Abuso y Explotación Sexual de Niños y Adolescentes debatan sobre la explotación sexual de los niños y el TS, lleva a considerar que estos fenómenos tienen la misma naturaleza, la del crimen, independientemente de la marcación lingüística de adición que aparece en el discurso a través de la conjunción “y”.

CONCLUSIÓN

Se retoma y se asume lo que expone Jodelet (*citado por* Spink, 1995) acerca de que el estudio de representaciones sociales presupone la integración de la cognición, del lenguaje y de la comunicación con las relaciones sociales que afectan las representaciones sociales así como con la realidad material, social e ideativa en la cual éstas intervienen. Por otro lado, recordando que las notas fueron obtenidas por medio del término de búsqueda “turismo sexual”, el referente enunciativo se convierte en un elemento importante para ser focalizado. Considerando el conjunto de notas, el periódico *Gazeta de Alagoas* centra las noticias directamente en el tema “turismo sexual”: casos policiales que involucran redes de agencias de turismo, organización y realización de eventos para debatir sobre el tema, y realización de campañas de lucha contra el fenómeno. Incluso algunos de esos temas fueron retomados al año siguiente. Estos temas insertan al TS en el ámbito de la contravención del crimen organizado (de alcance nacional e internacional) que abarca Alagoas y otras regiones brasileñas. Como se observa tanto explícita como implícitamente, los enunciados no cuestionan la ocurrencia del fenómeno así entendido.

Conforme el análisis, es la asociación del TS con la explotación sexual de niños y adolescentes que lo inscribe en el universo de la ilegalidad. Los enunciados están marcados por términos como

“proceso”, “acusación”, “justicia”, “asociación ilícita”, “investigación”, y “prisión”. Apelar a la heterogeneidad mostrada (como la define Authier-Révuz, citado por Flores et al, 2009), mediante la inclusión en las notas periodísticas del discurso de figuras de autoridad, no sólo corrobora los enunciados de los locutores (lo que confiere mayor credibilidad a su discurso) y instauration discursivamente territorios simbólicos compartidos que señalan representaciones sociales estructuradas sino que también inserta enunciativamente en el universo conceptual del TS la oposición al fenómeno expresada por la acción de organismos del poder público, de la sociedad civil y de organizaciones directamente ligadas al turismo. Desde esa perspectiva, debido al juego polifónico la voz del periódico subsume la voz de las figuras de autoridad. Esto se suma al papel que le es conferido en calidad de medio de comunicación responsable por informar con fidelidad hechos e ideas, inscribe la comprensión del turismo sexual (fenómeno cuya característica básica de definición es la explotación sexual de niños y adolescentes) allí enunciado implícita y explícitamente en el universo de la heterogeneidad constitutiva (como la concibe la misma autora).

No obstante, considerando, de acuerdo con Spink (1995), que la elaboración de las representaciones sociales se da en un contexto intertextual en la interfaz del texto socio-histórico (o de las construcciones que alimentan la subjetividad) y del discurso que se instituye en las relaciones sociales, cabe resaltar el hecho de que los mismos aportes teóricos que pautaron el análisis discursivo y la síntesis interpretativa realizada terminan relativizando ese carácter consensual o tácito del TS. En el periódico coexisten enunciados que se contraponen, dentro de una misma nota o entre ellas, particularmente en lo que respecta al binomio “turismo sexual – explotación sexual de niños y adolescentes”.

En las relaciones enunciativas entre locutores y enunciadores, entre enunciados implícitos y explícitos, entre puestos y presupuestos, entre voces discursivas en el juego polifónico el binomio se manifiesta simultáneamente bajo distintas formas: (a) turismo sexual como fenómeno diverso de la explotación sexual de niños y adolescentes; (b) turismo sexual definido como explotación sexual de niños y adolescentes; (c) explotación sexual de niños y adolescentes en el turismo; (d) explotación sexual de niños y adolescentes como motivación del turismo sexual.

En (a), ambos fenómenos implícita o explícitamente aparecen yuxtapuestos, intermediados en la mayor parte de los casos por la conjunción aditiva “y”; en (b), la explotación sexual de niños y adolescentes es textualizada como elemento constitutivo o definitorio del turismo sexual; en (c), la explotación sexual de niños y adolescentes se instituye como una ocurrencia particular en el turismo sin que ésta deba ser designada obligatoriamente como TS; en (d), se amplía el universo conceptual del TS, en la medida en que la explotación sexual de niños y adolescentes sería una de las motivaciones para buscarlo (independiente de los aspectos éticos allí implicados).

Esos “deslizamientos” conceptuales identificados por el análisis polifónico llevan a reflexionar sobre lo que daría base a su ocurrencia y sobre las representaciones sociales allí involucradas.

Excluida cualquier posibilidad de explicación relacionada con las impropiedades del manejo lingüístico-discursivo en la producción textual, cabría preguntar si ¿dichos “deslizamientos” serían un reflejo de imprecisiones, hibridismos o redimensionamientos conceptuales que señalan representaciones sociales aún poco estructuradas de turismo sexual? ¿O serían un reflejo de nuevas estructuraciones en curso asociadas a reinterpretaciones que los sujetos sociales (periodistas) comienzan a realizar? ¿O sería un reflejo de ambas situaciones? Considerados los procesos formadores de las representaciones sociales identificados por Moscovici ¿se estarían formando nuevas objetivaciones y anclajes? Si bien las respuestas a estas preguntas no pueden precisarse por ahora, su formulación no puede escapar a la mirada atenta del investigador.

Es posible inferir, en lo que respecta a las notas analizadas, que estarían ocultas en la voz de los medios impresos (representados metodológicamente por el periódico *Gazeta de Alagoas*), producciones simbólicas compartidas de turismo sexual objetivadas predominantemente en la dimensión de ilicitud y en la explotación sexual de niños y adolescentes y al mismo tiempo ancladas en el contexto social y turístico de las localidades involucradas.

Por otro lado, teniendo en cuenta esa misma perspectiva ¿dichas producciones simbólicas no podrían estar encerrando un proceso metonímico cognitivo-social (la parte en el todo) en el cuál el universo conceptual del TS estaría siendo definido por una de las otras dimensiones pasibles de abordaje del fenómeno? Independientemente de esos y otros cuestionamientos posibles, habría que ampliar el análisis aquí realizado a las notas periodísticas, a los medios de otras localidades del país o identificar la comprensión que tienen otros actores sociales influyentes en la formación de representaciones sociales respecto del fenómeno. Cabría la posibilidad de establecer contrapuntos interpretativos e intentar ampliar la comprensión de construcciones sociales del concepto del TS. Este fue sólo un primer paso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Azevedo, T. M. de.** (2006) “Em busca do sentido do discurso: a semântica argumentativa como uma possibilidade para a descrição do sentido do discurso”. Educs, Caxias do Sul
- Bakhtin, M.** (1997) “Estética da criação verbal”. Martins Fontes. Disponível em: <http://www.4shared.com/file/131261767/5c23af6a/LIVRO_BAKHTIN_Estetica_Criacao_Verbal.html> Acessado em 20 de agosto de 2010
- Blessa, C. R. B.** (2008) “Interações afetivo-sexual no contexto do turismo e a vulnerabilidade às DST/AIDS: um estudo em comunidades caiçaras do litoral sul de São Paulo”. Tese (Doutorado em Psicologia Social), Universidade de São Paulo, São Paulo
- Brandão, H. H. N.** (1996) “Introdução à análise do discurso”. Unicamp, Campinas

Caetano, R. F. (2003) "A construção da imagem da mulher brasileira como atrativo turístico: do estereótipo à corporificação". Dissertação (Mestrado em Turismo), Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul

Centro Humanitário de Apoio à Mulher – CHAME (1998) "O que é que a Bahia tem: O outro lado do turismo em Salvador". UFBA, Salvador

Faleiros E.T. S. y Campos, J. O. (2000) "Repensando os conceitos de violência, abuso e exploração sexual de crianças e adolescentes". CECRI, Brasília

Farr, R. M. (1995) "Representações sociais: A teoria e sua história". In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra. Textos em representações sociais. Vozes, Petrópolis

Ferreira, L. R. (2007) "A comunicação e o turismo sexual: as garotas do Brasil – um olhar hermenêutico". Tese (Doutorado em Comunicação Social), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre

Ferreira, M. H. (2005) "E se o gringo for 'negão'? – 'Raça' e sexualidade no Rio de Janeiro: a experiência dos turistas 'negros' norte-americanos". Dissertação (Mestrado em Saúde Coletiva), Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro

Flores, V. N.; Borges Barbisan, L.; Bocorny Finatto, M.; Teixeira, M. (Orgs.) (2009) Dicionário de lingüística da enunciação. Contexto, São Paulo

Gabrielli, C. P. (2006) "Das 'vergonhas' descritas por caminhas, ao turismo sexual: o uso de imagens femininas atreladas ao desenvolvimento turístico no Brasil". Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo), Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilheus

Leal, M. L. y Leal, M. F. (orgs.) (2002) "Pesquisa sobre tráfico de mulheres, crianças e adolescentes para fins de exploração sexual comercial no Brasil" – PRESTRAF. Cecria, Brasília

Lehmann-Carpzov, A. R. (1994) "Turismo e identidade: construção de identidades sociais no contexto do turismo sexual entre alemães e brasileiras na cidade do Recife". Dissertação (Mestrado em Antropologia), Universidade Federal de Pernambuco, Recife

Lomba, M. C. (2004) "Turismo e exploração sexual de crianças e adolescentes: o caso de Corumbá – Mato Grosso do Sul". Dissertação (Mestrado em Meio Ambiente e Desenvolvimento), Universidade para o Desenvolvimento e da Região do Pantanal, Mato Grosso do Sul

Mason, G. y Lo, G. (2009) "Sexual Tourism and the Excitement of the Strange: Heterosexuality and the Sydney Mardi Gras Parade". In: Sexualities. February, 12: 97-121

Marquez, A. S. (2009) "A 'invisibilidade' de crianças e adolescentes no contexto do turismo sexual em Salvador". Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal da Bahia, Salvador

Moreira, A. S. P. y Oliveira, D. C. (1998) "Estudos interdisciplinares de representação social". Editora AB, Goiania

Moscovici, S. (2004) "Representações sociais: investigações em psicologia social". Vozes, Petrópolis

Ouriques, H. R. (2003) "A produção do turismo: Fetichismo e dependência". (Doutorado em Geografia). Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Presidente Prudente

- Omondi, R. K.** (2003) "Gender and the political economy of sex tourism in Kenya's coastal resorts". In: International Symposium/Doctorial Course on Feminist Perspective on Global Economic and Political Systems and Women's struggle for Global Justice at Sommoroya Hotel, Tromso, Norway, September 24–26, 2003. Disponível em: <<http://www.arsrc.org/downloads/features/omondi.pdf>>. Acessado em: 15 de março de 2009
- Rosa, A. C. S. S.** (2004) "Um olhar sobre o tráfico internacional de mulheres no Rio de Janeiro". Dissertação (Mestrado em sexologia), Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro
- Schröder, K. S.** (2009) "Unidade de efeito pela organização argumentativa em blocos semântico"s. In: Language and Culture, Maringá, 31(2)189-194. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciLangCult/article/viewFile/6594/6594>> Acessado em 20 de agosto de 2010
- Shin, S. W.** (2003) "O turismo e a exploração sexual: um estudo de caso na cidade de Fortaleza". Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo
- Soares do B., A.** (2005) "A dialética do turismo sexual". Papirus, Campinas
- Spink, M. J.** (1993) "O conhecimento no cotidiano: as representações sociais na perspectiva da psicologia social". Brasiliense, São Paulo
- Spink, M. J.** (1995) "Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das representações sociais". In Guareschi, P.; Jovchelovitch, S. Textos em representações sociais. Vozes, Petrópolis

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- Gazeta de Alagoas.** *Turismo sexual: Agências são processadas pela Itália*. Publicado em: 22 de fevereiro de 2007. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/v2/noticias/texto_completo.php?c=126544&tipo=0> Acesso em: 15 mar. 2009.
- Gazeta de Alagoas.** *Turismo sexual vai ser debatido amanhã em Maceió*. Publicado em: 01 de abril de 2007. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/v2/noticias/texto_completo.php?c=128392&tipo=0> Acesso em: 15 mar. 2009.
- Gazeta de Alagoas.** *Fórum prepara estratégia para combater turismo sexual*. Publicado em 16 de abril de 2007. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/v2/noticias/texto_completo.php?c=129150&tipo=0> Acesso em: 15 mar. 2009.
- Gazeta de Alagoas.** *Alagoas une força contra turismo sexual*. Publicado em 20 de maio de 2007. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/v2/noticias/texto_completo.php?c=130930&tipo=0> Acesso em: 15 mar. 2009.
- Gazeta de Alagoas.** *MP discute violência contra criança e adolescente*. Publicado em: 24 de abril de 2008. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/v2/noticias/texto_completo.php?c=150540&tipo=0> Acesso em: 15 mar. 2009.
- Gazeta de Alagoas.** *PRT faz campanha contra exploração sexual*. Publicado em 16 de fevereiro de 2009. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/v2/noticias/texto_completo.php?c=170765&tipo=0> Acesso em: 15 mar. 2009.

Gazeta de Alagoas. *AL no combate à exploração sexual no turismo.* Publicado em: 15 de maio de 2009. Disponível em: <http://gazetaweb.globo.com/v2/noticias/texto_completo.php?c=176923> Acesso em: 15 mar. 2009.

Recibido el 25 de marzo de 2011

Correcciones recibidas el 11 de mayo de 2011

Aceptado el 15 de mayo de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del português

Documentos

Especiales

ECOTURISMO CIENTÍFICO EN LA PLANICIE COSTERA DEL EXTREMO LITORAL SUR DEL ESTADO DE SÃO PAULO – BRASIL

José Ricardo de Almeida*
Kenitiro Suguio**
Universidade Guarulhos
São Paulo - Brasil

Resumen: La planicie costera de Cananéia-Iguape e Ilha Comprida, en el extremo sur del litoral del Estado de São Paulo, es una región privilegiada por sus recursos naturales que son suficientes para transformar el área en un interesante polo de turismo científico. Actualmente esta región recibe sólo personas que llegan en busca del turismo de sol y playa o de balneario principalmente durante el verano y los feriados prolongados y, durante el resto del año, algunos turistas practicantes del ecoturismo-científico, personas que buscan ocio y recreación, se preocupan por cuestiones ambientales y tienen conocimientos sobre geo-ciencias y bio-ciencias. El público potencial de este segmento se restringe principalmente a los amantes del ecoturismo pero las formas de desarrollar esas actividades son variables. Este público estaría constituido por "turistas estudiantes" que realizan frecuentes incursiones a los atractivos naturales, para hacer observaciones y estudios en los ecosistemas de los manglares, los sitios arqueológicos (sambaquis y campos de dunas eólicas) la fauna y la flora. Esas visitas serían monitoreadas por un investigador que conozca el tema. En este trabajo se caracterizan las potencialidades científicas de la región, diferentes al ecoturismo y al geoturismo convencional en cuanto al público y al modo de realizar la actividad.

PALABRAS CLAVE: planicie costera, ecoturismo científico, atractivos naturales, manglares, sambaqui, duna eólica.

Abstract: Scientific Ecotourism in the São Paulo State, Southernmost Coastal Plain, Brazil. The Cananéia-Iguape and Ilha Comprida coastal plain, at the southernmost São Paulo state extremity, is a privileged place with respect to their natural resources that are enough to transform the area in an interesting pole of scientific tourism. Presently this region receives only people interested in sun, sand and sea tourism, mainly during the summer holidays and during the rest of the year the region area is visited by ecotourists interested in aspects related to geosciences and / or biosciences that could be developed in the region. People who might be interested in this kind of activity are mainly ecotourist

* Licenciado en Turismo y Magíster en Geociencias por la Universidad Guarulhos, São Paulo, Brasil. E-mail: ricaterror@ig.com.br

** Doctor en Geología por la Universidad de São Paulo, Brasil; y cuenta con un Posdoctorado en Oceanografía de la Tokio University, Japón. Se desempeña como Profesor en el Instituto de Geociencias de la Universidad de São Paulo y en el CEPPE (Centro de Posgrado, Investigación y Extensión) de la Universidad Guarulhos (São Paulo - Brasil). E-mail: analise.geoambiental@ung.br.

attracted by the study of mangrove ecosystems, archeological sites as shell-middens and eolian dune fields, besides fauna and flora. These visits would be done under the guidance of researchers familiar with the places to be visited.

KEY WORDS: *coastal plain, scientific ecotourism, natural attractive, mangrove, wind dune.*

INTRODUCCIÓN

La curiosidad llevó al hombre desde la antigüedad a realizar grandes descubrimientos. Aunque en los inicios de la humanidad la supervivencia se basaba en la recolección y la caza esas actividades fueron, junto a otros motivos, responsables de la búsqueda de territorios aún desconocidos, movidos tal vez por otros motivos. Diferenciada la naturaleza e intereses de los expedicionarios de los siglos XVI y XVII y de los naturalistas de los siglos XVIII y XIX se puede afirmar que estos últimos fueron movidos por una lógica que tuvo como vector y propulsor a la ciencia (Costa, 2000).

Así, como los naturalistas del siglo XIX, a fines de la década de 1960, los ecologistas-conservacionistas al explorar y estudiar áreas naturales, elaboraron proposiciones para la creación de los parques sin habitantes (Diegues, 1992). Otra visión conservacionista surgió en la década de 1980 debida a científicos exploradores y a la biología de la conservación que asocia la ciencia con la gestión y manejo de las áreas naturales. Utiliza, para esto, la dinámica de las poblaciones en el interior de las áreas protegidas. La mayoría de esos científicos estaban ligados a las ciencias naturales y sociales (Diegues, 2005).

La existencia de estos “científicos-expedicionarios” que se aventuraron en tierras desconocidas desde los inicios del mundo son ejemplos vigentes, pues aún existen muchas personas que se mueven por intereses similares a los de los antiguos exploradores, o sea, por la curiosidad y el interés científico. Esos intereses hacen que las personas abandonen el confort de sus residencias para visitar regiones rústicas para tener contacto con paisajes, personas, climas, faunas y floras diferentes a las familiares (Almeida, 2008).

La contaminación del agua y del aire, el agotamiento de los recursos naturales y los diversos problemas ambientales que asolan al planeta se enfrentan al surgimiento de un nuevo segmento turístico, paralelo al ecoturismo, con un público más específico denominado de ecoturismo-científico.

El turismo es considerado sinónimo de ocio y definido como el conjunto de actividades fuera del sistema de trabajo. Es una actividad que se basa en el desplazamiento temporario de personas a otras regiones buscando su satisfacción personal sin involucrar actividades remuneradas. Entre las definiciones de turismo existen aspectos comunes pues los turistas desarrollan actividades diferentes a las de su vida cotidiana cuando se encuentran fuera de su residencia y por tiempo determinado (Ansarah, 2004).

En este contexto, el ecoturismo científico busca la satisfacción personal ligada a la absorción de nuevos conocimientos por parte del turista participante. El interés por nuevos conocimientos despierta el deseo de conocer personas e intercambiar información fuera del medio urbano y en contacto con la naturaleza.

Según Yázigi (2002), el turista convencional puede buscar solamente condiciones climáticas más agradables, pero en el ecoturismo científico el motivo del interés es más complejo. No se puede limitar la voluntad de practicar el ecoturismo al mero interés recreativo. Por lo tanto, si el público objetivo de este turismo está desprovisto de contenido cultural y científico permanece en condiciones limitadas y se produce la necesidad de enriquecerse con esa información. Las sensaciones causadas por la belleza escénica deben mejorarse con información cultural y científica ofrecida según el nivel cultural y los intereses de los turistas participantes.

Actualmente la “Educación Ambiental” es utilizada como instrumento en la valorización del ecoturismo, proveyendo elementos teóricos y metodológicos para el desarrollo de esta práctica en áreas protegidas. Así, concilia la explotación turística con el medio ambiente y proporciona la formación de una consciencia ecológica (Cavalcanti, 2006). De este modo, el ecoturismo científico debe ser practicado por personas que buscan principalmente los contenidos científico y didáctico de la actividad turística. Así, se lo puede considerar como una ramificación de las actividades del ecoturismo, con algunas diferencias en sus objetivos y en el público al que apunta.

Según Zammataro (2008) no existe específicamente un concepto oficial sobre el ecoturismo científico para distinguirlo de otras formas de turismo pero define a la modalidad de la siguiente manera:

El turismo científico se basa en la visita a un destino con el objetivo de realizar observaciones y recolectar datos válidos pasibles de ser usados en actividades y trabajos de rigor científico, pudiendo éstos ser publicados por el propio turista o por investigadores (Zammataro, 2008: 26).

Existen otros especialistas que consideran esta segmentación como una sub-dimensión del turismo cultural, o sea, el desplazamiento dentro del patrón turístico cuya motivación se encuentra en el interés o en la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas, por lo tanto puede ser vista como el viaje de un científico en busca de su trabajo de campo.

Es importante destacar que la preocupación por observar la realidad sin destruir el objeto de estudio o alterarlo de forma predatoria es la base para su realización. Esta actividad puede ser evidenciada porque se efectúa exclusivamente de forma individual o en pequeños grupos (Oliveira, 2002). Puede darse en lugares con una compleja estructura turística, o con su total inexistencia, pues su objetivo siempre es aproximarse al objeto de estudio excluyendo el placer o el descanso en forma parcial.

Esta actividad es comúnmente practicada en el extremo sur del litoral paulista, específicamente en la planicie costera de Cananéia-Iguape e Ilha Comprida, donde existen grandes potencialidades científicas a ser explotadas; por lo tanto, el desarrollo del segmento en la región estudiada está relacionado con algunos ambientes sensibles como manglares, sambaquis, dunas costeras, formaciones geológicas y vegetación.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

El objetivo principal de este trabajo consiste en presentar este segmento turístico con la intención de resaltarlo e identificar y caracterizar los ambientes naturales de la planicie costera de Cananéia-Iguape e Ilha Comprida como importantes atractivos de este segmento, con un potencial muy importante como recurso educativo. Para alcanzar esta propuesta fue necesario realizar una investigación bibliográfica sobre el funcionamiento de diversos ambientes sensibles utilizados como atractivos turísticos y objetos de estudio con connotación científica. Posteriormente se realizaron trabajos de campo en Cananéia, Iguape e Ilha Comprida para analizar la demanda turística potencial de estos atractivos.

Público objetivo

Según Ansarah (2003), la segmentación es definida como la división del público en grupos homogéneos con una o más referencias relevantes en términos de mercado. Tiene la finalidad de identificar grupos de consumidores con un interés común. Los factores de homogeneidad permiten considerar a varios consumidores como pertenecientes a un mismo grupo.

Los posibles interesados en determinado segmento de turismo pueden ser denominados público objetivo o demanda turística que, en este caso, es similar a amantes del ecoturismo pues cualquier actividad turística desarrollada en la naturaleza debe buscar la sensibilización del público interesado en los problemas ambientales (Ruschmann, 1997).

Las características de este tipo de actividad turística que explota la naturaleza aún no están claramente definidas y existen muchas dudas en cuanto a la conveniencia de restringir su público a los iniciados o abrirse al público en general (Costa, 2002). Un paquete turístico que reúna esos atractivos debe atraer personas con un nivel cultural más alto que la media (población en general) iniciadas en las actividades educativas, tales como:

- a) Estudiantes universitarios de diversas áreas, principalmente de las ciencias naturales (biología, geografía, oceanografía, geología, etc.);
- b) Estudiantes de diversas instituciones educativas y de variada edad;

- c) Docentes de ciencias ambientales en general, de diversos niveles; y
- d) Personas interesadas en los temas ambientales y los paseos educativos promovidos por ONGs ambientalistas acreditadas.

La demanda de actividades turísticas ligadas a la naturaleza y al ocio constituye una tendencia en crecimiento en el turismo actual. Este hecho refleja la concientización de una parte significativa de la población que ya no tolera los abusos cometidos contra el medioambiente (Ruschmann, 1997).

Comparando las actividades del ecoturismo convencional con las del ecoturismo científico se observa que en el segundo segmento los estudiantes universitarios, de nivel público y privado, los investigadores y docentes con interés en realizar trabajos técnicos y de campo, se encuadran como público objetivo. En el ecoturismo convencional, las personas amantes de la naturaleza con poca preparación intelectual podrían participar de las actividades, pues no buscan información científica o técnica sino que muestran un interés lúdico en relación con la localidad o tema, sin intentar comprender el funcionamiento de cada ambiente.

POLOS CIENTÍFICOS

En Brasil el ecoturismo científico ya está desarrollándose desde hace un tiempo con la intención de comprender los mecanismos de funcionamiento de los ambientes naturales. El ecoturismo y las cuestiones ambientales en general crecieron a partir de la década de 1990; principalmente después de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Medioambiente -más conocida como Eco-92- llevada a cabo en Río de Janeiro. A partir de este evento los temas ambientales se transformaron en una preocupación mundial y las excursiones turísticas no se limitaron a los museos, sino que ampliaron sus oportunidades hacia viajes educativos de carácter científico y cultural (Almeida & Suguio, 2010).

Uno de los pioneros en realizar turismo científico en Brasil es el Proyecto “TAMAR”, institución dedicada a esta modalidad turística que es la más conocida en el país. A través de investigaciones científicas y acciones de concientización ambiental junto a turistas y comunidades tradicionales, el “TAMAR” protege cinco especies de tortugas marinas existentes en las playas de Brasil. Diez de sus 22 bases de investigación a lo largo del litoral poseen centros de visitantes que reciben cerca de 1, 5 millones de turistas por año. Una de las actividades más apreciadas por los participantes son las salidas nocturnas para ayudar a los investigadores durante el desove de las tortugas en el área (Zammataro, 2008).

Ecoturismo científico en Unidades de Conservación

En 1937 fue creada en Brasil la primer UC (Unidad de Conservación), representada por el Parque Nacional do Itatiaia (Estado de Río de Janeiro). Posteriormente se crearon leyes de preservación, como el Código Forestal (Ley nº 4771 del 15 de septiembre de 1965). Después surgieron otras categorías de Unidades de Conservación, con características y objetivos propios, como algunos biomas o ecosistemas específicos a ser preservados.

Actualmente las Unidades de Conservación están subdivididas en diversas categorías con restricciones específicas. Las unidades más frecuentadas por turistas son las APAs (Áreas de Protección Ambiental), las RPPNs (Reservas Particulares de Patrimonios Naturales) y los Parques Nacionales y Estatales. Esas UCs, tales como los Parques Estatales del Estado de São Paulo, constituyen lugares ideales para las prácticas de ecoturismo científico pues presentan gran cantidad de atractivos científicos.

La Ilha do Cardoso, situada en el extremo del litoral sur del Estado de São Paulo, es un Parque Estatal con diversas restricciones para las visitas. La isla, que pertenece al municipio de Cananéia, es frecuentada por muchos estudiantes, de diversos niveles de escolaridad y diferentes edades, tanto de enseñanza pública como privada, cuyo mayor objetivo está dirigido al aprendizaje científico.

De la misma manera, los “turistas estudiantes” del Parque Estadual del Morro do Diabo, en la región del Pontal do Paranapanema, en el interior paulista, buscan conocer la fauna y flora local cuando visitan la cima del *morro-testemunho*, que representa la mayor formación geológica del oeste de este Estado.

Esos son algunos de los polos científicos preparados para proveer información, pues disponen de una infraestructura adecuada para recibir estudiantes, como museo de fauna local, sala de video para reuniones, sala de mapas y hasta un cementerio de animales que han sido víctimas de atropellos (frecuentes en la región).

Las prácticas turísticas convencionales pueden degradar los ecosistemas, causando daños, en ocasiones, irreversibles, si no existe monitoreo y un correcto manejo de las actividades (Galvão & Stevaux, 2010). De esta forma las unidades de conservación del Estado de São Paulo son frecuentadas por ecoturistas con interés científico. En el futuro se debería incorporar alguna materia relacionada con esta temática a las carreras universitarias sobre ciencias naturales y ambientales.

PLANICIE COSTERA CANANÉIA-IGUAPE E ILHA COMPRIDA

El litoral paulista presenta partes con características morfológicas regionales distintas. Martin & Suguio (1975; 1976) reconocen cuatro unidades geomorfológicas: Cananéia-Iguape, Itanhaém-Santos, Bertioga-Ilha de São Sebastião y Caraguatatuba-Ubatuba. En este contexto, la planicie costera de Cananéia-Iguape e Ilha Comprida se destaca como la más extensa, con características sedimentarias del cuaternario y con 40 x 130 km o más de 5.000 km² de área.

La Ilha de Cananéia está compuesta, en su gran mayoría, por sedimentos cuaternarios. La Ilha do Cardoso, en la posición más meridional del área, está separada del continente por el Canal de Arapira que políticamente pertenece al municipio de Cananéia. La Ilha Comprida presenta 3 a 5 metros de altitud media, 3 a 5 kilómetros de largo y casi 70 kilómetros de longitud donde existen los únicos campos de dunas costeras del Estado de São Paulo. La cuarta isla, denominada de Iguape, se originó en 1832 por la apertura del Valo Grande, entre el “Mar Pequeño” y el Rio Ribeira de Iguape.

Esta planicie del litoral, compuesta por las cuatro islas y las planicies de la parte continental adyacente, fue objeto de investigaciones arqueológicas (Löfgren, 1893; Martin & Suguio, 1976; Uchoa, 1989) y geológicas (Suguio & Petri, 1973; Suguio & Martin, 1978). Constituye una región privilegiada por los recursos naturales y presenta grandes potencialidades para el desarrollo del ecoturismo científico relacionado con los siguientes atractivos: manglares, sambaqui, duna costera, Morro São João, Morrete y vegetación de Mata Atlántica y de restinga.

ATRATIVOS LOCALES Y SU POTENCIAL PARA EL ECOTURISMO CIENTÍFICO

El desarrollo del ecoturismo científico en la región se produce directamente a través del turismo de balneario, que es actualmente el único que tiene demanda durante las vacaciones y los feriados prolongados. La práctica del ecoturismo científico será más constante durante el año cuando los ambientes más preservados constituyan los principales atractivos, permitiendo apreciar la naturaleza y obtener información de carácter educativo.

Manglares

Según Lamberti (1969) los manglares representan importantes ecosistemas y están constituidos por vegetación litoraleña peculiar que necesita de “habitats” salinos o salobres periódicamente inundados por las mareas de climas tropicales y subtropicales. Los manglares también representan, según Schaffer-Novelli (1991, citado por IBAMA, 2000), lugares con condiciones propicias para la vida, protección y reproducción de muchas especies de animales principalmente de moluscos, crustáceos y peces además de diversas especies de aves migratorias y también de seres humanos.

Muchos investigadores consideran a los manglares de la región como verdaderos santuarios ecológicos. Schaeffer-Novelli et al. (1990), abordaron el complejo de estuario y laguna de Cananéia-Iguape como una importante fuente de nutrientes químicos (producción primaria del ecosistema), consumidores y procesadores de descomposición, entre otros. La planicie costera estudiada posee un área de manglares que se extiende por los municipios de Cananéia, Iguape e Ilha Comprida, donde dominan prácticamente todas las márgenes del sistema comprendiendo un área de aproximadamente 72km² (Cunha-Lignon, 2001).

El potencial para el ecoturismo científico de este bioma puede ser enriquecido por su gran importancia en las regiones costeras tropicales que la mano del hombre ha modificado drásticamente a punto de dejar de cumplir sus funciones (Schaeffer-Novelli & Citrón-Molero, 1999). Otros factores para la motivación turística de una visita a los manglares están relacionados con las actividades en regiones selváticas de difícil acceso; además de su valor educativo, socioeconómico y paisajístico.

El factor cultural, como por ejemplo el eventual contacto con un recolector de cangrejos, podrá constituir una buena oportunidad de aprendizaje de la cultura popular y de integración con los habitantes locales. Los paseos turísticos en los manglares ya se están realizando en algunos lugares del Nordeste Brasileño, principalmente al sur de Bahía, donde este atractivo turístico está demostrando su potencial (Figura1).

Figura 1: Actividad de ecoturismo realizada en Ilhéus (BA), con estudiantes de la Universidad Estadual de Santa Cruz



Fuente: Archivo personal

Sambaqui

De acuerdo con Suguio (1992), el sambaqui está compuesto por una montaña artificial de conchas de moluscos y fue construido por los pueblos primitivos (hombre de sambaqui), principalmente en las planicies costeras adyacentes a los ambientes de estuarios. La palabra sambaqui es originaria del tupi-guaraní y también significa “montaña de conchas”.

El sambaqui puede contener en su interior instrumentos líticos (hachas y puntas de flecha generalmente de sílex, cuarzo o fragmento de roca) huesos humanos de personas de distintas edades, restos de peces, huesos de animales (pequeños mamíferos e incluso ballenas) y fragmentos de cerámica (rudimentarios y distribuidos entre las conchas).

Son considerados sitios arqueológicos del hombre prehistórico. Uchôa (1989) acredita que la planicie estudiada presenta una de las mayores concentraciones de sambaquis litoraleños de toda la costa brasileña. Durante el estudio se encontraron 33 sambaquis, de los cuales cerca del 43% está prácticamente intacto, el 24% se encuentra parcialmente destruido, y el 33% está casi totalmente destruido. Uno de los más visitados actualmente, después de abrir una vía de acceso, es el del Rio Nóbrega situado en la porción sur de la Ilha Comprida.

Los principales intereses de la actividad turística en sambaquis están directamente relacionados con la arqueología prehistórica, como una ciencia interesada en la evolución de las culturas humanas y su interacción con el medio ambiente. Las visitas a los sambaquis se han convertido en un tema turístico en los lugares de interés ecológico y arqueológico, como en la “región de los lagos”, al norte de Rio de Janeiro (RJ) y al sur de Laguna (SC). De este modo, el potencial turístico de los sambaquis también está comprobado como un atractivo o producto de la actividad turística.

El principal motivo que convierte a los sambaquis en un atractivo turístico es que se diferencian de otros atractivos ecológicos. Se encuentran principalmente en las regiones costeras y presentan gran importancia científica por los aspectos prehistóricos y geológicos. La visita al sitio de la antigua morada del “hombre del sambaqui” ayuda al turista a entender la importancia histórica de los sitios arqueológicos, a comprender cómo eran las costumbres de los primeros habitantes de las regiones del litoral brasileño e interesarse por las culturas prehistóricas. Esto crea conciencia sobre la importancia de los temas paleo-ambientales, pues la posibilidad de utilización de los sambaquis en la reconstrucción de *paleolinhas* de playa es un hecho comprobado por Suguio et al (1992). Varios sitios arqueológicos han sido catalogados por el Museo Histórico y Arqueológico de Iguape (Figura 2).

Figura 2: Estudiantes universitarios en visita al sambaqui “Momuna” en Iguape



Fuente: Archivo personal

Duna Costera

La duna es una colina de arena acumulada por la actividad del viento, más o menos recubierta de vegetación (Suguio, 1992) que, según el IBAMA (2000), es una formación común que se da en la mayoría de las playas arenosas de todo el mundo, y que recibe un aporte continuo de arena, generalmente con cuarzo, transportada por el viento.

La planicie costera de Iguape-Cananéia e Ilha Comprida es la única en el Estado de São Paulo, donde existen dunas más conspicuas. Se ubican, especialmente, en el municipio de Ilha Comprida, donde forman alineamientos de crestas que, por sus dimensiones y estados de preservación, son las paleo-dunas más representativas del territorio paulista (Suguio et al., 1999; Nascimento Junior, 2006).

Cuando se habla de turismo en las dunas, inmediatamente se piensa en paseos de vehículos areneros por el Nordeste Brasileño. Estas prácticas se iniciaron en Genipabu, al oeste de Natal (Rio Grande do Norte) durante la década de 1980, pero actualmente se expandieron por varias regiones, incluso hasta el Parque Nacional de los Lençóis Maranhenses (Maranhão). No obstante, es una actividad que puede llegar a reactivar las dunas costeras estabilizadas y debería estar prohibida.

Las dunas costeras de la Ilha Comprida (São Paulo) están mayormente cubiertas de vegetación, por lo tanto, están estabilizadas; pero en el norte de la isla aún están activas. Las dunas poseen un potencial turístico dirigido al ecoturismo-científico. Un paseo para observar y/o fotografiar las dunas eólicas existentes en las zonas posteriores a la playa de la Ilha Comprida, con vegetación característica, constituye un atractivo turístico para los amantes de la naturaleza. Las dunas eólicas de la Ilha Comprida se destacan especialmente por ser únicas en todo el litoral paulista, que se extiende por cerca de 40 kilómetros en dirección NE-SW (Figura 3).

Figura 3: Campo de dunas de Araça en Ilha Comprida



Fuente: Archivo personal

Las dunas y las playas mantienen entre sí intercambios de energía y materia, y conforman un sistema natural en equilibrio. En este caso, se debe enfatizar la importancia científica de los ambientes de dunas (procesos de formación, migración, etc.) y, consecuentemente, destacar el uso moderado de sus recursos, recordando la importancia de la preservación.

Los campos de dunas también forman parte del APP (Área de Preservación Permanente), por lo tanto, los itinerarios científicos deben ser establecidos en consonancia con otras actividades, ya que los paseos turísticos por las dunas, más allá de que son muy comunes en el Nordeste Brasileño, se realizan de forma equivocada; ya que sólo buscan la diversión sin ningún objetivo educativo. La propuesta del ecoturismo científico, aquí presentada, se diferencia de la existente en el Nordeste Brasileño porque valora los aspectos científico, cultural y ambiental.

Mata Atlántica

La Mata Atlántica está compuesta por varios tipos de vegetación distribuidos a lo largo de la costa brasileña desde el nordeste hasta el sur. Es probablemente uno de los ecosistemas más devastados y, por lo tanto, más amenazados del territorio brasileño. Esto se debe al hecho de que la ocupación humana de Brasil y el surgimiento de diversas ciudades se inició en la región del litoral. La densidad demográfica propició la destrucción de la flora debido a la expansión descontrolada del área urbana y de la industrialización. Sumado a esto, el desarrollo de actividades rurales y urbanas no mejoró la calidad de vida de las poblaciones. Asimismo, la implementación de infraestructura y el desarrollo de actividades sin el debido control resultan en un significativo impacto negativo sobre los ambientes costeros en general.

El área que abarca la Mata Atlántica podría ser estimada en 1 a 1,5 millones de km², pero hoy en día quedan sólo entre 7 y 8 mil km² del área original. Estos fragmentos remanentes de Mata Atlántica continúan sufriendo un ataque constante a causa de la extracción ilegal de madera y otras actividades.

Debido al menor desarrollo en relación a otras regiones del Estado de São Paulo, la región de Cananéia-Iguape posee una baja densidad demográfica y, consecuentemente, la Mata Atlántica se presenta mejor preservada constituyendo un atractivo ideal para apreciar y observar la vegetación local. Además la región posee senderos que conducen hasta atractivos científicos, como los sambaquis y manglares (Figura 4).

Según Almeida (2008), la integración de “Senderos Ecológicos” combinados con las rutas de paseos por las villas caiçaras, proporciona intercambios agradables; así como los safaris fotográficos de avistajes de aves, pues la Ilha Comprida es una de las cuatro áreas de mayor diversidad de aves migratorias de América del Sur. A pesar del gran potencial científico que presenta, existe una marcada falta de vegetación de Mata Atlántica en esta isla, predominando la vegetación de restinga.

Figura 4: Docentes de varias universidades realizando observaciones científicas de la vegetación local



Fuente: Archivo personal

Vegetación de Restinga

La vegetación encontrada en la Ilha Comprida está formada por manglares y formaciones de restinga. Según la definición de Souza et. al. (2008), restinga son las franjas arenosas o islas arenosas resultantes de depósitos transportados y sedimentados por las olas, mareas y corrientes. En este sentido, en la Ilha Comprida predominan restingas y su vegetación podría ser denominada vegetación de restinga.

El término restinga aparece en la literatura geo-científica desde 1785. Es frecuentemente empleado por los geomorfólogos, geólogos y botánicos. Según Suguio & Tessler (1984), el término se usa de manera indiscriminada en Brasil, al referirse a varios tipos de depósitos arenosos costeros que, en realidad, son diferentes formaciones de depósitos (Souza et al., 2008).

En Ilha Comprida esta vegetación está compuesta por varios tipos de plantas con hojas pequeñas y duras; y forma matas cerradas al sur, donde la isla está mejor preservada. En esta comunidad vegetal existen bromelias terrestres, helechos, cactus y arbustos; especies adaptadas a la constante exposición a la brisa marina.

Tanto en el sentido geomorfológico como botánico, las restingas son protegidas por ley debido a su fragilidad. En Vila de Pedrinhas, una típica aldea de pescadores en Ilha Comprida, hay un vivero de plantines de restinga donde se inician los senderos ecológicos de la región. Además, la vegetación de pantanos constituye un eslabón de la cadena alimentaria del ecosistema restinga que por su importancia debe ser preservada. Por lo tanto, las visitas científicas a este ecosistema son esenciales para comprender su formación e identificar su importancia en las áreas del litoral.

Morro São João y Morrete

Según los informes de la Brasconsult (1964) y de la Geobrás (1966), la geología local de la planicie costera presenta características diferenciadas de las otras planicies; partiendo del tipo de rocas hasta el substrato del suelo. Además, las formaciones geológicas como el Morro de São João (Ilha de Cananéia) con 120 metros de altitud y aproximadamente 82 millones de años de edad (Amaral et al., 1967); y el Morrete (Ilha Comprida), la única formación geológica que se destaca en el paisaje arenoso con cerca de 40 metros de altitud, son atracciones interesantes para el desarrollo del geo-turismo por la combinación de la biodiversidad y la geo-diversidad.

Figura 5: A) Vista panorámica del Morro São João en Cananéia (SP); B) Profesores participantes de un congreso en visita a la base de operaciones del Instituto Oceanográfico de IUSP



Fuente: Archivo personal

Este segmento fue definido inicialmente por Hose (1995) como una fuente de provisión de servicios y facilidades interpretativas, que permitiría a los turistas adquirir conocimientos sobre la geología y geomorfología local de un sitio, y que contribuiría a la preservación de la tierra, además de colaborar con la mera apreciación estética. De esta forma, el valor científico de esos atractivos es mostrado a los visitantes a través de senderos no monitoreados. El Morro São João está localizado próximo a la Base de Investigaciones del Instituto Oceanográfico de la Universidad de São Paulo (Figura 5 A y B).

Proyectos sustentables de carácter científico

En la planicie costera estudiada existen otros proyectos sustentables de carácter interesante para los practicantes del ecoturismo científico, que pueden elevar aún más el valor cultural, y se están desarrollando en conjunto entre la comunidad local y los organismos de la administración pública. Dichos proyectos son:

Proyecto Róbalo de Lagamar: Cría de róbalos en tanques red (estructuras fluctuantes) instalados en “Mar Pequeno”. Son seis conjuntos de tanques con una producción media de 24 mil róbalos cada 18 meses. Esta experiencia contribuye a disminuir la presión sobre el exceso de captura y la pesca predatoria de la reserva natural.

Figura 6: Alumnos de la red de enseñanza pública visitando un lugar de extracción de musgo como materia prima para hacer artesanías



Fuente: Departamento de Ecologia e Pesca da Prefeitura Municipal de Ilha Comprida

Proyecto Siri-Mole (cangrejo) de Lagamar: El cangrejo es criado en dieciséis unidades productivas instaladas en Porto Balsa (lugar de desembarque de antiguas balsas actualmente desactivado), en Ilha Comprida. El objetivo es agregar valor al cangrejo y promover la generación de ingresos. Las investigaciones indican que, normalmente, se aprovecha el 15% de la carne de

cangrejo, pero con una adecuada preparación este índice alcanzaría al 90%. Este proyecto sirve también de incentivo a los recolectores, pues el trabajo de recolección incluye a los adolescentes que utilizan cayacs y equipamientos especiales para realizar dicha tarea.

Proyecto Musgo: Proyecto de recolección y preparación de materia prima para fabricación de productos artesanales con el musgo encontrado en Ilha Comprida. Este proyecto intenta generar ingresos para la comunidad local pues los trabajos son desarrollados en las villas *caiçaras* por los pobladores locales (Figura 6).

Esos proyectos están dándose a conocer a los alumnos de las instituciones educativas de la región mediante visitas a los campos de trabajo. Asimismo, podrían involucrar eventuales turistas pertenecientes a este tipo de público interesados en la cultura *caiçara*.

LOS ATRACTIVOS CIENTÍFICOS Y SU POTENCIAL

Todos esos atractivos son importantes y su estudio puede ser dirigido hacia materias que sean obligatorias en las instituciones de enseñanza, pues los valores cultural y científico de los atractivos turísticos, pueden ser convertidos en elementos de estudios prácticos de los denominados “turistas estudiantes” (Tabla 1).

Tabla 1: Atractivos locales para el segmento de ecoturismo científico y posibles relaciones con disciplinas científicas

Atractivo	Interés en Estudios Relevantes	Disciplina Científica
Manglares	Ecosistema costero	Ecología, Biología y Botánica
Sambaqui	Estudios arqueológicos y paleoambientales (sitio arqueológico)	Arqueología prehistórica
Dunas Costeras	Procesos costeros	Geomorfología litoraleña
Morro São João y Morrete	Intrusiones alcalinas	Geografía Física y Geología Costera
Mata Atlántica	Ecosistema costero	Ecología, Biología y Botánica
Restinga	Ecosistema costero	Ecología, Biología y Botánica
Proyectos Sustentables	Actividades de subsistencia y o modo de vida de las comunidades tradicionales	Ciencias Sociales y Antropología

Fuente: Elaboración propia

CONSIDERACIONES FINALES

Los atractivos de interés científico aquí focalizados representados por los manglares, sambaquis, campos de dunas, Mata Atlántica, vegetación de restinga y formaciones geológicas son considerados en su mayor parte como APP (Áreas de Protección Permanente); cada una con legislación propia y

ubicado en un APA (Área de Protección Ambiental). A pesar de los esfuerzos de los gobiernos estatales pasados, el desarrollo pobre de la región, la legislación vigente y su aplicación contribuyeron decisivamente a la escasa conservación de los recursos naturales existentes en el área.

El concepto de ecoturismo científico posee como principio fundamental la investigación de las características de cada atractivo y las posibles alteraciones causadas por los impactos ambientales antropogénicos. De esta manera, este trabajo tuvo por objetivo identificar la actividad paralela al ecoturismo convencional con características diferentes y con un público específico, que puede contribuir al desarrollo complementario de la economía local de la región en cuestión teniendo en cuenta que este segmento ya ha sido explotado en la región de manera informal.

Estas actividades podrían contribuir a difundir los municipios y a un posible crecimiento del ecoturismo, aumentando las opciones para diversificar las actividades turísticas. La implementación y desarrollo de estas actividades puede transformar la planicie costera de Cananéia-Iguape e Ilha Comprida en un conocido polo de turismo científico, diferenciado de los polos de turismo de masas existentes en las regiones costeras del Estado de São Paulo.

El ecoturismo científico se practica en la región sin recibir apoyo o difusión por parte de los municipios locales, aunque la implementación y la promoción de la actividad debería ser responsabilidad conjunta de los tres municipios lo cual significaría un gran beneficio para ellos mismos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, J.R.** (2008) "Turismo sustentável na planície costeira de Cananéia-Iguape e ilha Comprida, (SP)". Dissertação (Mestrado em Análise Geoambiental) UnG, Guarulhos
- Almeida, J. R.; Suguio, K.** (2010) "Turismo sustentável na planície costeira de Cananéia-Iguape e Ilha Comprida (SP)". Revista ACTA Geográfica 4(7): 143-158
- Amaral, G.; Bushee, J.; Cordani, U.G.; Kawashita, K. & Reynolds, J.H.** (1967) "Potassium-argon ages of alkaline rocks from southern Brazil". Geochimica et Cosmochimica. Acta 51: 117-142
- Ansarah, M. G. R.** (2003) "Turismo segmentação de mercado". Futura, São Paulo
- Ansarah, M. G. R.** (2004) "Como aprender como ensinar turismo". Futura, São Paulo
- Brasconsult S.A.** (1964) "Plano de desenvolvimento do Vale do Ribeira e Litoral Sul: comentário sobre a formação geológica regional". São Paulo, pp.71-78
- Cavalcanti, A. P. B.** (2006) "Ecoturismo e educação ambiental: o caso da área de proteção ambiental Delta do Parnaíba – Piauí/ Brasil". Anais do V Congresso Ibero-Americano de Educação Ambiental. Realizado em Joinville (SC) – Brasil. Disponível em: <http://www.ufpi.br/cchl/uploads/arquivos/geral/turismoeducacaoambiental.pdf>. Acesso em 15 de Dezembro de 2010

- Costa, P. C.** (2002) "Unidades de conservação: matéria -prima do ecoturismo". Editora Alweeph, São Paulo
- Costa, Hideraldo L.** (2000) "Amazônia: paraíso dos naturalistas". In: Santos, Francisco Jorge dos (organizador), *Amazônia em Cadernos: Diálogos Interdisciplinares*. Editora da Universidade do Amazonas 6: 229-270
- Cunha-Lignon, M.** (2001) "Dinâmica do manguezal no Sistema de Cananéia-Iguape, Estado de São Paulo –Brasil". Dissertação de Mestrado, Instituto Oceanográfico da USP (Universidade de São Paulo), SP
- Diegues, Antonio C.** (1992) "Desenvolvimento sustentável ou sociedades sustentáveis: da crítica dos modelos aos novos paradigmas". *São Paulo em Perspectiva*, 1-2 (jan./julho): 33-51
- Diegues, Antonio C.** (2005) "O mito moderno da natureza intocada". NUPAUB (Núcleo de Apoio à Pesquisa sobre Populações Humanas e Áreas Úmidas Brasileiras), USP, San Pablo
- Galvão, V.; Stevaux, J. C.** (2010) "Impactos ambientales de la actividad turística en los sistemas fluviales: una propuesta metodológica para el alto curso del Río Paraná - Porto Rico (Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19: 994 - 1010
- Geobrás, Engenharia e Fundações S.A.** (1966) "Complexo Valo Grande, Mar Pequeno e Rio Ribeira de Iguape". Relatório Geobrás. S/A, Engenharia e Fundações para o Serviço do Vale o Ribeira do Departamento de Águas e Energia Elétrica, SP, Volume 2
- Hose, T. A.** (1995) Geotourism, or can tourists become casual rock hounds? In: Bennett, M. R.; Doyle, P.; Larwood, J. G.; Prosser, C. D. (editores). *Geology on your Doorstep: The Role of Urban Geology in Earth Heritage Conservation*. Geological Society, London, pp. 207- 228
- IBAMA – Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Renováveis** (2000) "Leis ambientais (conservação dos ecossistemas de manguezais/ dunas)". Disponível em <<http://www.ibama.gov.br/siucweb/guiadechefe/guia/u-3corpo.htm>>. Acesso em 11 de fevereiro de 2008.
- Lamberti, A.** (1969) "Contribuição ao conhecimento da ecologia das plantas do manguezal de Itanhaém". Instituto de Botânica-USP, São Paulo
- Löfgren, A.** (1893) "Contribuições para a arqueologia paulista: Os sambaquis de São Paulo". Boletim da Comissão Geográfica e Geológica do Estado de São Paulo Nro. 9, São Paulo
- Martin, L.; Suguio, K.** (1975) "The state of São Paulo coastal marine quaternary geology-The ancient strandlines". In: International Symposium on the Quaternary, 47, Curitiba. *Anais da Academia Brasileira de Ciências*, (suplemento), pp. 249-263
- Martin, L. & Suguio, K.** (1976) "Les variations du niveau de la mer au Quaternaire Récent dans le sud de l'état de São Paulo (Brésil): utilisation de "sambaquis" (kjokkenmodings) dans la détermination de anciennes lignes de rivage holocènes". In: Actes du 42 Congrès International des Américanistes, Congrès du Centenaire. Paris, 2-9 Septembre, pp.73-83
- Nascimento Junior, D. R.** (2006) "Morfologia e sedimentologia ao longo do sistema praia-duna frontal de ilha comprida, SP". Dissertação Mestrado em Geologia Sedimentar. Instituto de Geociências da Universidade de São Paulo
- Oliveira, I.** (2002) "English for tourism students". Roca, São Paulo

- Ruschmann, D. V. M.** (1997) "Turismo e planejamento sustentável: A proteção ao meio ambiente". Papirus editora, Campinas/ SP
- Schaeffer-Novelli, Y.; Cintrón-Molero, G.; Adaime, R. R. & Camargo, T. M.** (1990) "Variability of mangrove ecosystems along the Brazilian coast". *Estuaries* 13: 204 -218
- Schaeffer-Novelli, Y.; Cintrón-Molero, G.** (1999) Brazilian mangroves, a historical ecology. *Jornal of Brazilian Association for Advancement of Science (Ciência e Cultura)* 13: 274-286
- Souza, C. R. de G.; Hiruma, S. T.; Sallun, A. E. M.; Ribeiro, R. R.; Azevedo Sobrinho, J. M.** (2008) "Restinga- Conceitos e empregos do termo no Brasil e implicações na legislação ambiental". Instituto Geológico, Secretaria do Meio Ambiente do Estado de São Paulo
- Suguio, K.** (1992) "Dicionário de geologia marinha". T. A. Queiroz, São Paulo
- Suguio, K.; Martin, L.** (1978) "Formações quaternárias marinhas do litoral paulista e sul-fluminense" (Quaternary marine formations of the states of São Paulo and souther in Rio de Janeiro). *International Symposium on Coastal Evolutin in the Quaternary*, September 11-18, Special Publication nº 1, São Paulo
- Suguio, K.; Petri, S.** (1973) "Stratigraphy of the Iguape-Cananéia lagoonal region sedimentary deposits, São Paulo state, Brazil. Part I-Field observations and grain size analysis". *Boletim IG*, Instituto de Geociências, USP, 4: 1- 20
- Suguio, K.; Tessler, M. G.** (1984) "Planícies de cordões litorâneos quaternários do Brasil: origem e nomenclatura". In: Lacerda, L. D. et al (orgs), *Restingas: origem, estrutura, processos*, Niterói (RJ), 15-25
- Suguio, K.; Martin, L.; Flexor, J. M.** (1992) Paleoshorelines and the sambaquis of Brazil. In: Johnson, L. L. e Stright, M. (Eds.) *Paleoshorelines and prehistory –An investigation of method*. Boca Raton, CRC Press, pp. 83- 99
- Suguio, K.; Tatumi, S. H. & Kowata, E. A.** (1999) "As cristas de dunas inativas e os seus possíveis significados na evolução holocenica da Ilha Comprida, sul do litoral paulista. In: Congresso da ABEQUA, 7, Porto Seguro, Anais...CD-ROM
- Uchôa, D. P.** (1989) A Ilha Comprida e o litoral de Cananéia–Iguape sob ótica arqueológica e geoambiental. *Clio Arqueologia*, pp 89 – 101
- Yázigi, E.** (2002) "Turismo e paisagem". Contexto, São Paulo
- Zammataro, D. X.** (2008) "Conceito de turismo científico". *Revista eletrônica "Ciência e Turismo"*. Disponível em: <<http://cienciaeturismo.blogspot.com/2008/04/introduo.html>> Acesso em 07 de janeiro de 2011

Recibido el 30 de agosto de 2010

Correcciones recibidas el 20 de febrero de 2011

Aceptado el 27 de febrero de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

TURISMO Y VISITAS A LAS ÁREAS PROTEGIDAS

Breve referencia al Portugal continental

Víctor Figueira*
Instituto Politécnico de
Beja - Portugal

Resumen: Este artículo pretende presentar un breve historial a propósito de la relación existente entre el turismo y las áreas protegidas bajo la óptica de la planificación; actividad esencial y determinante para que el turismo sea entendido como un elemento de promoción del desarrollo sostenible. Asimismo, busca explicar cómo éste deberá ocurrir genéricamente, en las áreas protegidas. Finalmente, ofrece una visión de la realidad existente en este aspecto en el Portugal continental, basándose en datos oficiales relativos a las visitas efectuadas en los parques, consolidada con una entrevista realizada a los responsables de la gestión de estas áreas.

PALABRAS CLAVE: turismo, áreas protegidas.

Abstract: This paper presents a brief history of the relationship between tourism and protected areas with a view toward planning, an essential and determining factor for tourism to be understood as an element in the promotion of sustainable development. It also seeks to explain how this will generally occur in protected areas. Finally, it offers an overview of the Portuguese reality in this domain, based on official data of visits to parks, coupled with a questionnaire to heads of the departments responsible for managing these areas.

KEY WORDS: tourism, protected areas.

INTRODUCCIÓN

Se puede atribuir el origen del turismo en áreas protegidas a varios factores, que son anteriores a la propia existencia de las áreas protegidas como tales. La naturaleza y los recursos naturales siempre formaron parte del imaginario del hombre en la incesante búsqueda de paz, tranquilidad y contemplación.

La creciente preocupación frente al carácter destructivo de los usos relativos a los diversos recursos naturales, sin una visión de sustentabilidad, llevó a la comunidad internacional a intervenir en el sentido de garantizar la conservación de los recursos naturales de cada región.

* Profesor en el Instituto Politécnico de Beja, Portugal, y realiza estudios en el área de Turismo, Ambiente y Desarrollo Sustentable. Doctor en Turismo y actualmente participa de diversos proyectos relacionados con la sustentabilidad social de las comunidades rurales, la viabilidad del turismo en áreas protegidas y el observatorio de Turismo en Alentejo, Portugal. Es Investigador integrado del Centro de Estudos de Recursos Naturais, Ambiente e Sociedade (CERNAS), Beja, Portugal. E-mail: victorfigueira@ipbeja.pt.

De esta forma se observó la creciente movilización de los gobiernos en la creación en todo el mundo de los grandes Parques Nacionales (EUA, Europa, África) y, posteriormente, en la adopción de otras terminologías como son los parques naturales y reservas naturales, entre otras.

Constituyéndose el turismo como una actividad económica, inmediatamente fue visible la existencia de un segmento de mercado propio cuyos intereses motivacionales se integraban en los atractivos que estas áreas protegidas podían ofrecer. *La mayoría de los atractivos de alta jerarquía no creados por el hombre están localizados en estos distritos especiales con el propósito de su conservación para las futuras generaciones* (Fortunato, 2005: 315).

En el Portugal continental las áreas protegidas están bajo la tutela del Ministerio del Ambiente y Ordenamiento del Territorio a través del Instituto de Conservación de la Naturaleza y Biodiversidad (ICNB) que tiene por misión proponer, acompañar y asegurar la ejecución de políticas de conservación de la naturaleza y de biodiversidad y la gestión de las áreas protegidas frente a la valorización y reconocimiento público del patrimonio natural. A pesar de que el Turismo de Naturaleza figura en el Plan Estratégico Nacional (PENT) como uno de los diez productos turísticos con capacidad y potencial competitivo, las áreas protegidas son áreas privilegiadas para dinamizar esta forma de turismo que no se encuentran en condiciones de estructurar productos adecuados para ese desarrollo. Gran parte de los parques naturales en Portugal son deficitarios en infraestructuras y servicios. Por otro lado, la falta de adecuación de la legislación portuguesa ha constituido un importante factor de limitación para el desarrollo de esta actividad, sin contar la ausencia de un plan de gestión turística de estos espacios naturales de manera de generar recursos económicos que promuevan la captación de recursos que contribuyan a la conservación y manutención de los espacios.

Muchos autores realizaron trabajos focalizados en las áreas protegidas como objeto de estudio, dando relevancia a la satisfacción del visitante, a los beneficios económicos de la actividad turística, a la relación con las comunidades locales e, incluso, a la educación del turista teniendo en cuenta los aspectos recreativos en esas áreas con limitaciones particulares. (Aguirre-González, 2006, 2007 y 2008; Nahuelhual Muñoz & Núñez Parrado, 2010). Otros autores buscan abordar las cuestiones relacionadas con la planificación, administración y gestión de áreas protegidas como determinantes para la existencia de la actividad turística.

Boschi & Torre (2004) abordan esta cuestión al señalar que *“desde la Administración de Parques Nacionales (APN) central se trabaja con lineamientos que difícilmente se reflejan en la realidad...”* (Boschi & Torre, 2004: 47).

Asimismo, Boschi & Torre (2005), destacan la necesidad de la eficacia de los planes de ordenamiento considerando que esta actividad no es compatible con los criterios normales aplicados

a otro tipo de actividades porque representa un conjunto de impactos que muchas veces no son debidamente atendidos.

En los Planes de Ordenamiento de las Áreas Protegidas de Portugal el turismo aparece referenciado en los “*Tipos de espacios*”, en relación a las áreas preferenciales para la recreación y el turismo y en los “*Compromisos e intención de uso de los suelos*” donde se mencionan algunos proyectos previstos y otras áreas/localidades con cualidades turísticas, evidenciadas posiblemente por la existencia de algunos recursos patrimoniales más destacados.

Los estudios presentados por Boschi & Torre (2004; 2005) reflejan una misma preocupación por el propósito de este trabajo, realizar un análisis sobre lo que los responsables de la gestión de las áreas protegidas, en el Portugal continental, consideran relevante para que el turismo se constituya en una realidad viable. De otra forma, no se lograría que las visitas a estas áreas fueran óptimas y las comunidades locales recibieran ingresos provenientes del desarrollo de la actividad turística.

En términos metodológicos, considerando la necesidad de obtener información detallada y el corto lapso de tiempo, en lo que hace a las cuestiones particulares de las áreas protegidas en el Portugal continental se optó por realizar una investigación durante el año 2007, a través de una muestra intencional que seleccionó las principales áreas protegidas del Portugal continental (Parque Nacional, Parques Naturales y Paisajes Protegidos).

La investigación intentó identificar algunos aspectos actuales relativos a la existencia o no de actividades turísticas a realizar en las áreas protegidas y se entrevistó a los responsables de administrar o gestionar esas áreas. Se obtuvieron 27 entrevistas respondidas, correspondientes a 27 de las 29 áreas protegidas de la muestra.

Así, con este artículo se pretende hacer una breve síntesis histórica de la relación existente entre el turismo y las áreas protegidas y de la importancia y dimensión que esta forma de turismo de naturaleza tiene en el ámbito nacional e internacional para después focalizar esa dimensión en la actividad turística realizada en las áreas protegidas en el Portugal continental.

EL TURISMO EN LAS ÁREAS PROTEGIDAS

La preocupación por la protección de la naturaleza y de sus recursos es inherente a todas las sociedades. El respeto por los valores naturales y su simbolismo preserva las características culturales importantes para todos los pueblos.

Hace mucho tiempo los soberanos compartían, según las estaciones del año, sus distintos castillos rodeados de verdaderos paraísos privados de rica vegetación donde la naturaleza se extendía de forma tranquila y segura. Incluso los reyes más poderosos, que extendían la destrucción

y el terror a muchos pueblos solían defender determinadas especies. Oportunamente prohibían la caza de determinadas especies en períodos de reproducción.

Los propios espacios creados por los ciudadanos en las zonas verdes, parques o jardines, reflejan el deseo de usufructuar un espacio privilegiado, al alcance de cualquier persona donde sobreviven protegidas algunas especies de fauna y flora (Lamy, 1996).

La Revolución Industrial impulsó el uso de los recursos naturales en provecho de una lógica de producción y consumo en masa donde sólo predominaban las reglas económicas, con efectos potencialmente destructivos sobre los recursos naturales. Es en Estados Unidos donde esa lógica se expresó de forma más intensa y por eso se manifiestan más temprano los efectos irreparables provocados por la agresión a los recursos naturales; llevando a que los ciudadanos tomen consciencia de la necesidad de protegerlos, incluso para su propia supervivencia económica y personal.

Es ilustrativo el caso de los ríos, que antes sí lograban depurar a lo largo de su caudal los desechos más orgánicos resultantes de la acción directa del hombre y la industria. *A principios del siglo XIX, los miembros del parlamento británico aún pescaban salmón en Londres, en el puente de Westminster; y hasta fines del siglo XVIII, el agua potable de los parisienses era retirada del Sena sin que fuera preciso someterla a ningún tratamiento particular* (Dorst, 1973:234). Actualmente, fruto de la enorme contaminación a la que están sujetos, no consiguen superar los efectos y se transforman en enormes recipientes a merced de cualquier agresión. Esto perjudica la calidad de vida y pone en riesgo un bien necesario para la propia supervivencia del hombre.

Por razones sentimentales el hombre sintió la necesidad de poner en práctica un sistema que fuera coherente con la defensa y protección de la naturaleza y de sus recursos. Es en este contexto que surgen las áreas protegidas; siendo el pionero el Parque Nacional de Yellowstone, creado en 1872 (Rodríguez Darias, 2007; Fortunato, 2005), con el objetivo de proteger de las acciones de depredación por parte del hombre a especies tales como las gigantescas secuoyas de California o los bisontes-americanos cercanos a la extinción. En este concepto estaba implícita una idea conservacionista visiblemente orientada a la exclusiva protección de las especies; en particular de las amenazadas de extinción, los paisajes grandiosos, y los monumentos naturales.

Desde esta perspectiva la interferencia del hombre estaba totalmente prohibida y no permitía ningún contacto efectivo con la fauna existente. Impulsados por el Yellowstone, y conscientes de la efectiva necesidad de salvaguardar la naturaleza, comienzan a aparecer en todo el mundo diversos parques entre los cuales se destacan en Europa el Parque Nacional Suizo (1914), la Reserva de Camargue (fundada por la Sociedad Nacional de Protección de la Naturaleza y de Aclimatación de Francia, en 1928 que posee carácter privado y alberga la única colonia regular de flamencos rosados de Europa) los Parques de Vanoise de Port-Cros (Francia, 1963) y de los Pirineos occidentales y de

las Cêvennes (Francia, 1970) el Parque Nacional Peneda-Gerês (Portugal, 1971) y el Parque de Bialowieza (Polonia, 1971). En África se crearon en 1929 los Parque Nacional Albert, el Parque Nacional de Garamba, Upemba y Kagera, y los Parques de Kenia, de Uganda y de Rodesia. En 1879 se crean en Australia y Asia el Royal National Park, el Parque Nacional Jorge V, los Parques de Kasiranga (Assam) y la Reserva de Ujung Kulon-Panallan al oeste de Java. En EUA se crean otros parques y reservas como el Parque del Gran Cañón, en Arizona, y el Parque de las Everglades, en Florida. Simultáneamente la ex Unión Soviética instaló una región de protección de su patrimonio natural con 93 parques nacionales, que abarca cerca de 6 millones de hectáreas (Bonnefus, 1973; Fortunato, 2005; Lamy, 1996; Soromenho-Marques, 1998).

Constituyendo las áreas protegidas un espacio de salvaguarda contra la depredación, no es de extrañar que las mismas sean buscadas por millones de personas que pretenden disfrutar de su belleza y de su bienestar. Las áreas protegidas, en la mayoría de los casos, encierran las causas del atractivo y el significado del turismo y del ocio sean éstas el paisaje, la geografía, el urbanismo, la historia, la fauna, la flora, la etnografía, etc.

El propio movimiento de creación de los parques y de los espacios recreativos en el siglo XIX e inicios del siglo XX, llevó a que se desarrollaran un conjunto de nuevas motivaciones turísticas relacionadas con la experiencia en el ámbito silvestre y con las oportunidades de practicar deportes a través de actividades relacionadas con el medio natural. Es clara la percepción de que la actividad turística constituye un factor relevante para el propio desarrollo de los parques.

El sistema de parques nacionales de Canadá, con sus sucesivos cambios políticos y legislativos, es un buen ejemplo de ese reconocimiento. Desde la ley de los parques de 1930 que aseguraba la conservación de los parques en estados intactos, hasta las diversas actualizaciones de la política de los parques, a través de los planes de gestión de los parques donde Sheila Copps (en esa fecha vice primera ministra y ministra de patrimonio Canadiense) refiere en su prefacio del plan de gestión del Parque Nacional Banff (1997), *“... primero y por encima de todo, Banff es un lugar de naturaleza, donde su integridad ecológica es la piedra angular del parque, así como la llave para su futuro, pero es también un lugar para las personas, un lugar para el turismo de patrimonio, un lugar para la comunidad y un lugar para la gestión ambiental”* (Boyd, 2007: 534).

El autor continúa haciendo referencia a que de esta forma el turismo formará parte del modelo de gestión integrada del parque, desarrollando nuevas formas de turismo con impactos mínimos sobre la estructura ecológica y que pueden, de alguna forma, asegurar el financiamiento del sistema (Boyd, 2007).

Con ese propósito, durante la Conferencia sobre el Patrimonio Natural de Europa, que se hizo en Losehill Hall en el Peak National Park en 1985, fueron definidos tres principios fundamentales que importa referir:

- ✓ el turismo es una justificación económica para la conservación;
- ✓ es turismo es un medio de consolidar el apoyo a la conservación;
- ✓ el turismo puede hacer afluir recursos para la conservación.

De esta forma el turismo surge no sólo como una necesidad emergente de las personas, en el sentido de disfrutar de un ambiente particular, sino también como una forma de sustentar todo un conjunto de necesidades en el ámbito de las políticas públicas de conservación y administración de los propios parques.

La actividad turística en un parque nacional o en cualquier otra área protegida puede servir de mecanismo auto financiador y, por eso, de herramienta de conservación. Sin embargo, esto sólo será posible si el nivel, tipo y gestión del turismo es adecuado y, en particular, si la capacidad turística del área es respetada (<http://www.uneptie.org/pc/tourism/sensitive/prot-areas.htm>).

La adaptación de un parque a la actividad turística carece de estudios previos que permitirían determinar qué tipo de turismo se podría adecuar al área protegida y su capacidad de carga. Hay que tener en cuenta que los parques no se constituyen sólo como “reservorios” de atributos naturales. Los recursos culturales existentes en los parques son tan o más relevantes (en algunos casos) que los naturales. Recuérdese que los parques fueron inicialmente creados en zonas donde, a pesar de la protección de los espacios naturales, había asentamientos de comunidades enteras que, a través del tiempo, adecuaron el paisaje a sus propios usos. En ese sentido, los elementos existentes en esas áreas constituyen una riqueza inmensa que debe ser debidamente mostrada y aprovechada para su propia preservación e identidad.

Se apuntan algunos ejemplos de parques europeos donde fue posible conciliar la actividad turística con los objetivos de conservación. Es el caso del Bavarian Forest National Park (Alemania), Plivite Lakes National Park (Yugoslavia - ahora Croacia), Hautes Fagnes Nature Park (Bélgica) y Peak District National Park (Inglaterra). Aunque las soluciones encontradas sean distintas unas de las otras, fue posible encontrar formas de satisfacer las ansiedades de los turistas y, al mismo tiempo, crear condiciones para la manutención y conservación del ambiente natural (Crosby, 1992).

Se deben resaltar las perspectivas existentes en relación a ese mercado. En la Figura 1 se observa la dimensión internacional del turismo basado en la naturaleza.

El Cuadro 1 muestra, a título meramente ilustrativo, algunas cifras recientes sobre la importancia de este mercado turístico en algunas de las áreas protegidas.

a) Estadística del 01/01/2007 al 30/09/2007.

b) Estos números corresponden al número de visitantes que pernoctaron en el parque. El número total de visitantes/día (excluyendo los que pernoctan) se acerca a los 6.000.000/año.

c) A pesar de que no se realizan conteos específicos sobre los visitantes, se estima que es visitado por cerca de 150.000 personas/año.

Figura 1: La dimensión del mercado internacional del turismo basado en la naturaleza

La industria del turismo basado en la naturaleza es muy grande y está en expansión, como muestran las siguientes estadísticas:

- Ceballos-Lascuráin (1996) refirió una estimación de la WTO en la que el turismo basado en la naturaleza genera el 7% de todos los gastos de los viajes internacionales.
- El Instituto de Recursos Mundial (World Resources Institute, 1990) estima que el turismo de naturaleza se encuentre en aumento, a una tasa anual entre 10% y 30%.
- El cuestionario realizado por Lew's (1997) a los operadores turísticos de la región de Asia/Pacífico reveló tasas de crecimiento anual de 10% al 25% en años recientes (Lindberg & Johnson, 1997).
- En 1997, la WTO estimó que todas las formas de turismo relacionadas con la naturaleza, incluyendo el ecoturismo, representan aproximadamente el 20% de la totalidad de los viajes de turismo internacional (WTO, 1998).

Conclusión: La dimensión del mercado internacional de turismo de naturaleza se puede estimar entre el 7% y el 20% del mercado de viajes internacionales. Extrapolando la previsión de 937 millones de llegadas internacionales en 2010, una estimación extremadamente grosera de las llegadas del turismo de naturaleza internacional para 2010 sería entre 65 millones y 187 millones. A esto se deberá añadir el número substancial de visitantes domésticos a las áreas naturales.

Fuente: Adaptado de Eagles *et al* (2001: 5)

Cuadro 1: Visitantes en áreas protegidas en el mundo (2003-2007)

Designación del área protegida	Número de visitantes (unidades)				
	2003	2004	2005	2006	2007
Parc Naturel des Vallées de la Burdinale et de la Mehaigne (Bélgica)	-	2.562	7.778	10.802	9.622 a)
Naturpark Altmühltal (Alemania – Bavaria) b)	1.726.041	1.687.581	1.647.164	1.685.219	-
Everglades (EUA-NP)	1.040.648	1.181.355	1.233.837	954.022	-
Yellowstone (EUA-NP)	3.019.375	2.868.317	2.835.651	2.870.295	-
Yosemite (EUA-NP)	3.378.664	3.280.911	3.304.144	3.242.644	-
Parque Nacional Doñana (España)	361.984	391.536	381.964	376.287	-
Parque Nacional Teide (España)	3.364.873	3.540.195	3.349.204	3.567.701	-
Parc national de la Vanoise (Francia)	-	-	-	698.000	-
Parque Nacional da Peneda-Gerês (Portugal)	2.766	2.943	2.319	2.293	-
Swiss National Park c)	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia

Los números que aparecen en este Cuadro demuestran la existencia de un segmento de mercado orientado a la naturaleza y a los aspectos culturales que los propios parques encierran. Sin embargo, no es posible hacer otro tipo de análisis más profundo ya que la diferenciación del número de visitantes de cada una de esas áreas protegidas se refleja a través de múltiples factores específicos como la propia legislación, los gobiernos, el modelo de gestión de los parques, la visión estratégica de aprovechamiento de los recursos turísticos, la existencia o no de una planificación adecuada, entre otros.

Normalmente las áreas protegidas donde el turismo se desarrolló con mayor intensidad fueron aquellas donde se apostó al estudio y planeamiento adecuado y que ofrecen condiciones adecuadas de recepción de los visitantes en la medida de sus necesidades. En este sentido *la oferta de infraestructura mínima es una condición esencial para atender las necesidades de la demanda turística* (Dias, 2003: 148).

Para que el turismo se practique en las áreas protegidas se deben atender determinadas condiciones generales como la construcción de un centro de atención a los visitantes, estudios sobre las potencialidades turísticas de la región, formación del personal, señalización adecuada, creación y mejora de las condiciones de acceso a los atractivos, programas de comunicación y promoción, programas de compromiso de las comunidades locales, entre otras.

En la etapa de implementación deben ser los propios gobiernos quienes estimulen el desarrollo del área protegida proporcionando una gestión adecuada con medios financieros que permitan realizar los planes necesarios para su normal y deseado funcionamiento. Sin embargo, los parques podrán crear un conjunto de iniciativas e infraestructuras que permitan atraer fondos para su desarrollo.

A título de ejemplo, véanse los diversos tipos de tasas que pueden ser cobradas al visitar un parque:

- *Tasa de entrada;*
- *Tasa de estacionamiento, camping, uso de determinados equipamientos (barcos, bicicletas, otros), y utilización de guías turísticos;*
- *Tasas diversas (tiendas de artesanía, regalos, otros materiales publicitarios, etc.)*
- *Licencias y permisos (operadores turísticos, actividades de animación, guías profesionales, otros)*
- *Tasas de alquiler de equipamientos (prismáticos, tiendas, GPS, etc)* (Kinker, 2002).

En las áreas protegidas importa un turismo selectivo, debidamente encuadrado por un sistema informativo e interpretativo, soportado por una infraestructura que permita hacer de la visita una verdadera acción de educación ambiental. Por su parte, la gestión de áreas protegidas, requiere una operación correcta de sus acciones dirigiendo a los visitantes a las áreas menos sensibles

(resguardando de esta forma las zonas más importantes en términos de conservación y preservación de especies), abriendo otras áreas para disfrutar de la naturaleza, de acuerdo con las reglas establecidas de conservación.

En el sector del turismo será conveniente aprovechar equilibradamente los atractivos, ayudando a mantenerlos como portadores de un conjunto de valores y de recursos necesarios para la actividad, preservando y preparando el futuro sin destruir el pasado.

El gran desafío que las áreas protegidas deben enfrentar hoy en día es el de convertirse en paisajes sustentables. Un parque sólo puede ser un verdadero ejemplo de esto si todas las actividades, incluyendo el turismo, se sitúan sobre una base sustentable (Boyd, 2007).

EL TURISMO Y LAS ÁREAS PROTEGIDAS EN EL PORTUGAL CONTINENTAL

En Portugal, la primera legislación que surgió tuvo mayor relevancia a nivel del espacio rural y no específicamente a nivel de las áreas protegidas. Frente a la recesión de la agricultura, que antes sustentaba el mundo rural, los gobiernos fueron obligados a emprender estrategias de reconversión de la situación, buscando el desarrollo del mundo rural. En este contexto surge, a través del decreto ley nº. 256/86 del 27 de agosto, la figura legal del turismo en espacio rural (TER), iniciándose así su reglamentación. Ésta sufrió varios cambios y, a través del decreto ley nº. 54/2002 del 11 de marzo, se estableció el nuevo régimen jurídico para la instalación y funcionamiento de los emprendimientos de turismo en espacio rural, adoptando las siguientes modalidades de alojamiento: Turismo de Habitación; Turismo Rural; Agro-Turismo; Turismo de Aldea; Casas de campo; Hoteles Rurales y Parques de Campismo Rurales.

Estos establecimientos prestan un servicio temporario de hospedaje y de animación turística en el medio rural, necesitando para esto instalaciones e infraestructuras propias para su desarrollo.

Con la aparición del turismo en espacio rural comienzan a surgir en las áreas protegidas las primeras modalidades de alojamiento debido a que gran parte de los parques o reservas naturales, además de un espacio natural privilegiado, comprenden espacios rurales y comunidades enteras que viven de esa ruralidad.

El desarrollo del ecoturismo y de otras formas de turismo basadas en la naturaleza en todo el mundo hizo que Portugal buscara desarrollar un producto más específico para las áreas protegidas en lugares que se pueden adaptar a las características de cada región desarrollando así un producto turístico con potencialidades para mejorar el desarrollo local.

La Resolución del Consejo de Ministros nº 102/96 determina que todos los departamentos gubernamentales según sus sectores de responsabilidad, privilegien la inversión y mejora de la

calidad de vida en las Áreas Protegidas, estableciendo medidas concretas para su desarrollo sustentable.

Entre las diversas medidas apuntadas, se destaca el desarrollo de formas de turismo y recreación compatibles con la conservación de la naturaleza, la necesidad del encuadramiento legal para el aprovechamiento de casas tradicionales recuperadas para la explotación turística y la certificación de los productos tradicionales oriundos de las áreas protegidas.

En este contexto, surge la creación del Programa Nacional de Turismo de Naturaleza (PNTN), aplicable en toda la Red Nacional de Áreas Protegidas, dando surgimiento a una actividad turística denominada *turismo de naturaleza*.

El turismo de naturaleza (TN), creado por la Resolución del Consejo de Ministros nº 112/98 del 25 de Agosto de 1998, *“consagra su desarrollo en base a los siguientes lineamientos: Conservación de la Naturaleza – Desarrollo Local – Diversificación de la Oferta Turística y Calidad de la Oferta Turística”* (Burnay, 2000:33). [*“consagra o seu desenvolvimento assente nos seguintes vectores: Conservação da Natureza – Desenvolvimento Local – Diversificação da Oferta Turística e Qualidade da Oferta Turística”* (Burnay, 2000: 33).]

Continúa la autora que tal como es presentado, el TN contribuye al éxito de los 4 lineamientos, a través:

- ✓ *De la oferta de alojamiento: casas de naturaleza y turismo en espacio rural.*
- ✓ *De la práctica de la animación ambiental: animación, interpretación ambiental y deportes de naturaleza.*
- ✓ *Del apoyo al uso y reutilización del patrimonio construido.*
- ✓ *De la sensibilización y educación ambiental.*
- ✓ *Del apoyo a la creación de micro y pequeñas empresas de restauración y animación turística, y particularmente a las iniciativas endógenas que promuevan el empleo*
- ✓ *De la promoción de productos locales.*
- ✓ *De la difusión de las manifestaciones culturales tradicionales y etnográficas locales como una forma de afirmar la identidad cultural*
- ✓ *Del aprovechamiento de estructuras museológicas y sitios culturales, zonas de pequeñas industrias locales, tiendas de souvenirs, y visitas a quintas.*
- ✓ *Del uso ordenado y sustentable de los recursos naturales pasibles de prácticas deportivas de naturaleza.*
- ✓ *Caminatas, paseos en bicicleta o a caballo, ski, vela, alpinismo, espeleología, submarinismo, etc.*
- ✓ *Actividades como fotografía, pintura, seguir itinerarios, visitar lugares de interés, gastronomía, visitar a amigos y familiares, y convivir con la población local.*
- ✓ *Visitas de grupos para educación ambiental y visitas de estudio. (Burnay, 2000: 33-34).*

Existen algunas cuestiones referentes al PNTN que pueden perjudicar la implementación de la actividad turística en las áreas protegidas. La primera tiene que ver con la *Carta de Deportes de Naturaleza* que traduce de una forma bien sistematizada qué actividades pueden desarrollarse en un área protegida, además de un conjunto de indicadores a ser respetados para ese fin. Esta Carta es importante pues a través de su definición clara es posible promover esas actividades, incentivando a las empresas de animación a desarrollar las mismas en su área protegida; ya que están dadas todas las condiciones necesarias para que se desenvuelvan con éxito.

La segunda se refiere a la formación de *Guías de Naturaleza* conforme está previsto en la legislación y que debido a dificultades en la aplicación de esta nueva profesión aún no está constituida. La constitución y reglamentación de la profesión llevaría ciertamente a un mejor desarrollo de las visitas a áreas protegidas, certificando personas calificadas para tal efecto.

La legislación portuguesa referente a las tipologías de emprendimientos turísticos, tuvo una reciente modificación (decreto ley nº 39/08 del 7 de marzo) en esa materia; considerando como emprendimientos de turismo de naturaleza a cualquier tipología de emprendimientos turísticos, desde los más tradicionales como el turismo de habitación y turismo en el espacio rural, pasando por los parques de campismo, los complejos turísticos y los establecimientos hoteleros (siempre y cuando cumplan las normas que garanticen la sustentabilidad de todo el proyecto y de la región involucrada).

Las visitas a las áreas protegidas

Como se refirió anteriormente, el número de visitantes que afluyen a un área protegida depende de un conjunto de factores y, muchos de ellos, dependen del propio abordaje de gestión de quien las administra.

El trabajo designado como “Parques Visión XXI” (2004), fue desarrollado por el Instituto Superior de Ciencias del Trabajo y de la Empresa (ISCTE) en asociación con el Instituto de Conservación de la Naturaleza y Biodiversidad (ICNB) y tuvo como objetivo proponer una solución de gestión eficaz para el cumplimiento de la misión del ICNB.

En relación a la actividad turística y, más concretamente a las visitas de áreas protegidas en Portugal, hay que destacar algunos aspectos importantes a tener en cuenta como la opinión tanto de la población como de los proveedores de servicios, así también como qué elementos influyen sobre el desarrollo de la actividad turística.

Se exponen entonces los aspectos más importantes según la opinión de la población identificada en este estudio:

- ✓ Existe un reconocimiento del valor que las áreas protegidas pueden producir;

- ✓ Es claro el interés en disfrutar algún tiempo de ocio en estas áreas;
- ✓ La oferta debe agregar un conjunto de servicios para disfrutar con la familia y amigos;
- ✓ A pesar de que las personas estén dispuestas a remunerar algunos servicios, no tienen noción sobre el valor de los mismos;
- ✓ Los servicios prestados por las AP's tienen una evaluación negativa;
- ✓ Las actividades que son más asociadas al contacto con la naturaleza son los senderos pedestres, los circuitos por las aldeas históricas, el campismo y la observación de fauna y flora;
- ✓ Sólo el 5% de los entrevistados utiliza casas de naturaleza, la gran mayoría utiliza casa propia o de amigos y familiares (46%);
- ✓ Los principales motivos de la visita son el contacto con la naturaleza y la visita a amigos o familiares;
- ✓ Analizando conjuntamente los factores importancia vs satisfacción en la oferta de las AP's, son percibidos de forma negativa.

Del análisis de estos aspectos fácilmente se llegará a la conclusión que a pesar de la importancia atribuida a las áreas protegidas como guardianas de los aspectos naturales y culturales, no existe un producto agregado y estructurado que permita el desarrollo efectivo del turismo. En ese sentido la población visitante es casi ocasional y está ligada a la región a través de familiares o amigos, constituyendo esa su principal forma de alojamiento. Por otro lado, la existencia de alojamientos dentro de la zona de las AP's es mínima y no constituye una fuerte opción para los visitantes.

Se exponen de igual modo los aspectos más significativos en relación al propio modelo de funcionamiento interno de los servicios:

- ✓ Existen dificultades para monitorear y medir el valor de las AP's;
- ✓ La constitución de una marca podría ser un elemento importante para la percepción de ese valor;
- ✓ Bajo nivel de internacionalización;
- ✓ Modelo de gestión muy centrado en los costos y presupuestos, y muy dependiente del estado;
- ✓ Poco diálogo con los concesionarios y operadores turísticos;
- ✓ Existe una ausencia de potenciación de la red de contactos, constituyéndose en una estructura muy burocrática;
- ✓ Competencias técnicas enfocadas en la conservación, con ausencia de competencias en otras áreas esenciales, no asociadas a la conservación;
- ✓ Falta de integración de las AP's entre lo que puede ofrecer y la resolución de problemas;
- ✓ Percepción de un servicio deficitario en muchas áreas con excepción de la conservación de la naturaleza.

Como resumen de estos aspectos, el estudio evalúa la visión interna de los colaboradores y cuadros del ICNB, como una *organización burocrática y formal, sin estrategia clara y visión de futuro*,

enfocado en competencias de conservación (especialista), que cumple de forma deficitaria su papel (ISCTE, 2004: 29).

Para que la actividad turística pueda realizarse en las áreas protegidas es necesaria una modificación evidente en la forma en que los servicios actúan y reconocen su importancia. Debe haber una visión objetiva y clara, diálogo con los operadores turísticos, resolución de problemas y recursos humanos en áreas importantes para el desarrollo de esta actividad (gestión, sociología, turismo, agronomía), que completen las necesidades existentes y los aspectos que envuelven la complejidad de esas áreas protegidas.

El Cuadro 2 muestra en cifras los visitantes de las principales áreas protegidas en Portugal durante los años 2002-2006.

Cuadro 2: Visitantes en las áreas protegidas de ámbito nacional en Portugal en el período de 2002-2006

Años						
Área protegida	2002	2003	2004	2005	2006	TOTAL
Parque Nacional Peneda-Gerês	2.855	2.766	2.943	2.319	2.293	13.176
Parque Natural Montesinho	1.226	1.402	1.274	870	420	5.192
Parque Natural Douro Internacional	3.137	2.592	3.911	2.087	478	12.205
Parque Natural do Alvão	*	*	1.295	884	623	2.802
Parque Natural da Serra da Estrela	3.481	2.473	3.487	3.017	2.518	14.976
Parque Natural Tejo Internacional	*	229	252	77	66	624
Parque Natural da Serra de Aire e Candeeiros	37.172	34.844	5.615	5.008	3192	85.831
Parque Natural da Serra de S. Mamede	588	963	441	691	370	3053
Parque Natural Sintra-Cascais	2.417	3.342	2.657	2.910	990	12.316
Parque Natural da Arrábida	1.233	1.394	2.105	*	664	5.396
Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina	3.821	2.440	2.215	1.650	*	10.126
Parque Natural do Vale do Guadiana	282	*	*	*	168	450
Parque Natural da Ria Formosa	7.031	6.312	5.444	1.138	2.104	22.029
Parque Natural do Litoral Norte	*	*	*	5.767	5.223	10.990
Reserva Natural da Serra da Malcata	1.255	730	795	830	9	3.619
Reserva Natural do Paul de Boquilobo	377	628	1.132	179	562	2.254
Reserva Natural do Estuário do Tejo	*	*	1.132	15	102	1.249
Reserva Natural Sapal de Castro Marim e VRSA	*	915	1.582	1.013	530	4.040
Reserva Natural Lagoas de Sto André e da Sancha	*	309	191	2.376	968	3.844
Reserva Natural Estuário do Sado	1.321	955	841	*	629	3.746
Reserva Natural Berlengas	*	*	*	*	*	0
Reserva Natural Dunas de S. Jacinto	3.324	7.133	8.438	7.542	8.205	34.642
Reserva Natural do Paul de Arzila	*	2.157	2.369	1.163	692	6.381

Paisagem Protegida da Serra do Açor	4.441	3.554	5.112	800	*	13.907
Paisagem Protegida da Arriba Fóssil da Costa da Caparica	777	881	1.655	761	496	4.570
TOTAL	74.738	76.019	54.886	41.097	31.302	277.418

* Datos no disponibles por el Instituto de Conservación de la Naturaleza y Biodiversidad

Fuente: Elaboración propia

A pesar de que los valores oficiales no expresaron de forma correcta el número de visitantes que se trasladan a estas áreas protegidas es posible visualizar que existe la tendencia a una disminución creciente en las visitas a áreas protegidas en Portugal a lo largo de los años analizados. A pesar de que existe una gran inestabilidad en términos de los valores presentados, sólo entre cuatro y cinco áreas protegidas mantuvieron o aumentaron en 2006 el número de visitantes, todas las otras disminuyeron y, en algunos casos, lo hicieron de forma bastante acentuada. Dentro de las áreas más visitadas se destacan el Parque Nacional Peneda-Gerês, el Parque Natural de Montesinho, Duero Internacional, Sierra de la Estrela, Serra de Aire y Candeeiros, S. Mamede, Sudoeste Alentejano y Costa Vicentina, Ría Formosa, la Reserva Natural del Estuário del Sado, las Dunas de S. Jacinto y el Paisaje Protegido da Arriba Fóssil da Costa da Caparica, como aquellas que mantienen una mayor regularidad en las visitas, mostrando una gestión más regular en lo que respecta a las actividades de recreación y ocio dentro de sus áreas.

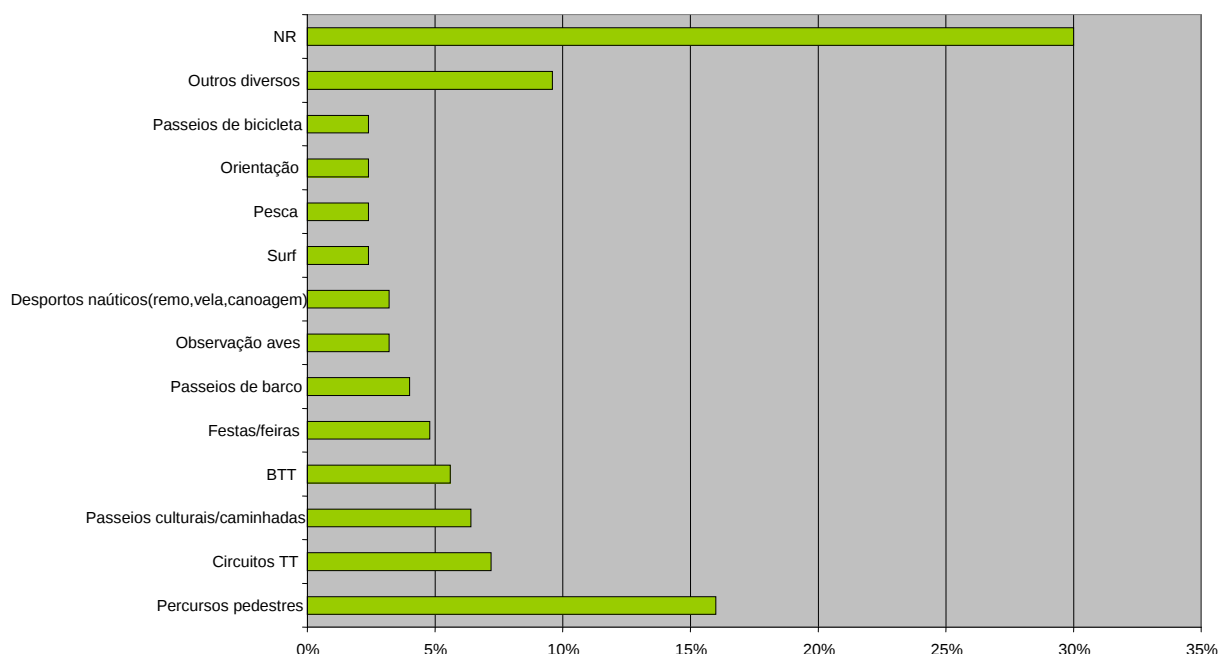
La forma de gestión de cada área protegida traduce el mayor o el menor dinamismo que cada una de ellas encierra en las acciones que establece. En el caso de las visitas, no es frecuente el uso de metodologías, parámetros e indicadores, por lo tanto se hace difícil saber cuál es el número real de visitantes que cada una de esas áreas consigue efectivamente atraer.

En el sentido de averiguar la realidad actual existente en las áreas protegidas en el Portugal continental, se realizó una breve entrevista con el fin de constatar si la actividad turística constituye una realidad en las áreas protegidas. La entrevista fue dirigida a los responsables de cada una de las principales áreas protegidas (Parque Nacional, Parque Natural, Reserva Natural y Paisaje Protegido). En un total de 29 áreas protegidas, en tres no se observó actividad turística. De acuerdo con las preguntas efectuadas se obtuvieron los siguientes resultados, que son expresivos para las restantes 24 áreas protegidas:

- *Existencia de actividades turísticas en las áreas protegidas:* actualmente las actividades turísticas están mayoritariamente (89%) desarrolladas en las áreas protegidas, en sus diversas formas; sean actividades de animación, alojamientos de turismo de naturaleza o turismo en espacio rural;
- *Actividades de carácter turístico que más se desarrollan en las áreas protegidas:* las actividades de carácter turístico más desarrolladas en las áreas protegidas son fundamentalmente los recorridos pedestres (16%), los circuitos TT (7,2%), los paseos o caminatas (6,4%) y BTT (5,6%). Todos los otros se presentan de forma muy fragmentada y reducida, apareciendo por ejemplo,

muchas actividades específicas de ciertas áreas protegidas como son la “observación de cetáceos” (0,8%) o la “visita a grutas” (0,8%); como también otras actividades poco expresivas como las “actividades de educación ambiental”(0,8%) y la “gastronomía”(0,8%) (Gráfico 1).

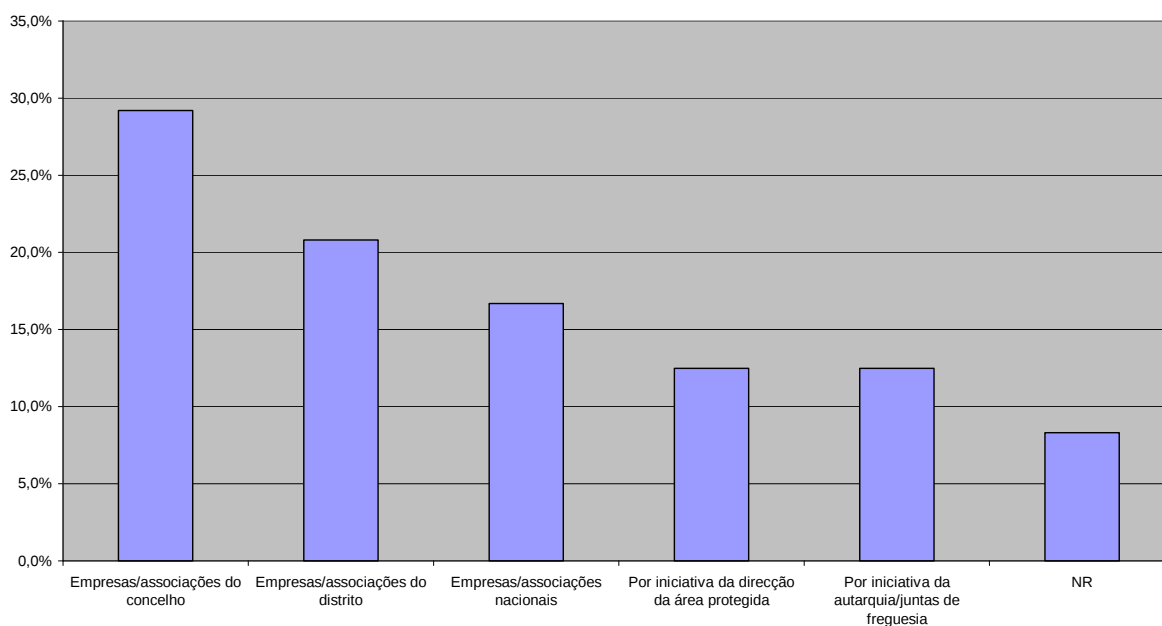
Gráfico 1: Actividades de carácter turístico de mayor desarrollo en áreas protegidas



Fuente: Elaboración propia

- *Entidades responsables por el desarrollo de actividades turísticas en las áreas protegidas:* las entidades responsables por la dinámica existente en el desarrollo de las actividades de carácter turístico son esencialmente las que representan la provincia (28%) donde el área protegida se encuentra. También las entidades de la región (20%) tienen una valoración importante para este efecto, a partir del cual la representatividad es menor sea por entidades nacionales (16%), por la iniciativa del área protegida (12%) o por el ayuntamiento o municipio (12%) (Gráfico 2).
- *La importancia del desarrollo de actividades turísticas en el ámbito de las áreas protegidas:* las entidades que poseen actividades turísticas en su área protegida son aquellas que no dudan de su importancia, una vez que el valor (89%) tiene la misma representatividad del valor obtenido en la 1ª cuestión. Se entiende de esta forma que las áreas protegidas donde no son efectuadas las actividades turísticas tampoco perciben su mayor o menor valía mientras son un factor de desarrollo;

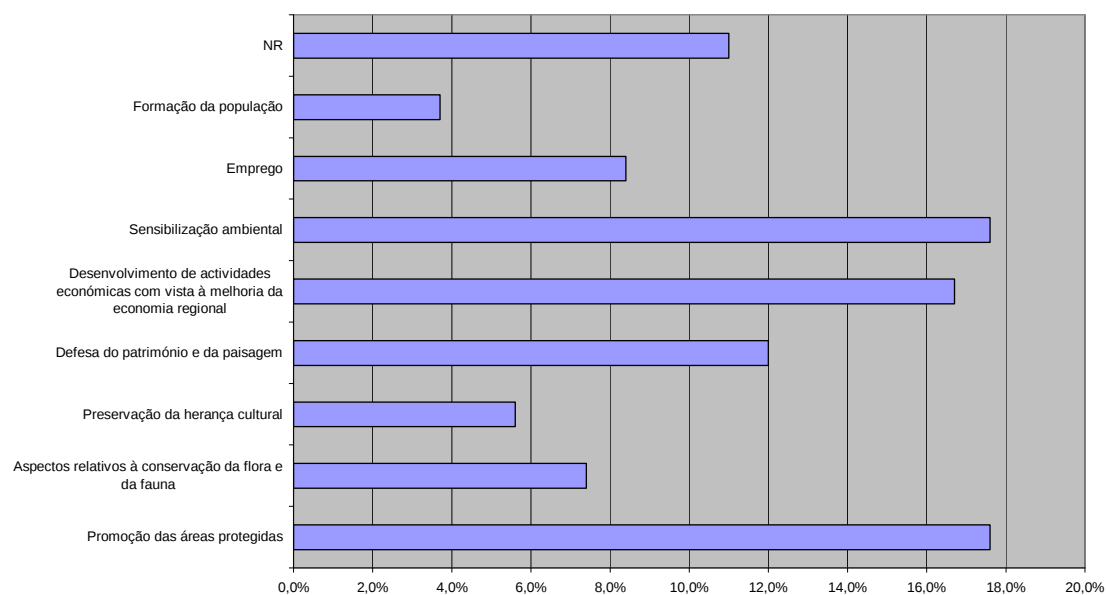
Gráfico 2: Entidades responsables por el desarrollo de actividades turísticas en las áreas protegidas



Fuente: Elaboración propia

- Las áreas donde el turismo puede representar el mayor y mejor beneficio para las áreas protegidas: existen tres áreas de contribución que se distinguen de las restantes y que son principalmente la “promoción de las áreas protegidas” (17,6%), la “sensibilización ambiental” (17,6%) y el “desarrollo de actividades económicas con vistas a la mejora de la economía regional” (16,7%) (Gráfico 3).

Gráfico 3: Áreas en las que el turismo puede representar la mayor y mejor contribución para las áreas protegidas



Fuente: Elaboración propia

De una forma general se puede señalar que la mayor parte de las áreas protegidas poseen actividades turísticas donde se destacan las “rutas pedestres”, promovidas esencialmente por empresas o asociaciones del municipio. La promoción de estas áreas es extremadamente importante para dar a conocer las mismas, abriendo de esta forma el camino a la tan deseada sensibilización ambiental de la población y los visitantes, como una forma de mejorar la comprensión de los valores naturales y ambientales.

Por otro lado, la gestión o administración del área protegida tiene una palabra importante que decir respecto a la diferencia de los productos locales a través de su certificación y que puede llevar a una mayor demanda. Las regiones luchan con una economía regional muy sensible donde gran parte de los comerciantes tienen una edad avanzada y un escaso poder emprendedor. La revitalización de esa economía regional a través de la implantación de un producto con más valías podrá contribuir a la renovación del interés y a legar el patrimonio “comercial” a generaciones más nuevas y con una mayor capacidad emprendedora, dinamizando de esta forma todo un conjunto de servicios asociados.

CONCLUSIONES

Las áreas protegidas constituyen espacios geográficos de utilización diversa que pueden ir desde la conservación de los recursos naturales al ocio, la contemplación, el turismo, la promoción de la educación y la sensibilización ambiental, los estudios científicos, entre otros. Sin embargo, para que la actividad turística pueda constituirse como una realidad en las áreas protegidas en Portugal, es necesaria una alteración evidente en la forma en que los servicios actúan y reconocen su importancia. Como se mencionó, es necesaria una visión objetiva y clara, el diálogo permanente con los operadores turísticos, la estructuración de productos turísticos consolidados, la existencia de recursos humanos adecuados en áreas tan importantes para el desarrollo de esta actividad como son la gestión, el turismo, la sociología o la agronomía; tan necesarias para el entendimiento de todos los aspectos que envuelven la complejidad de las áreas protegidas.

Actualmente aún existen áreas protegidas que no pueden o que no dan la debida importancia a la dinámica que la actividad turística puede proporcionar a esas regiones ya sea en la infraestructura básica, en la creación de empleo o simplemente en la posibilidad de que salgan del aislamiento casi total (de acuerdo con su situación en términos geográficos), dotando así a esos lugares de una mejor calidad de vida y de una dinámica propia.

A pesar de la existencia de espacios privilegiados en Portugal dotados de una belleza extraordinaria, con recursos paisajísticos, culturales, de fauna y flora, relevantes en términos nacionales e internacionales; de que los gobiernos entiendan al turismo de naturaleza como un producto estratégico; y del trabajo relevante efectuado por el Instituto de Conservación de la Naturaleza y Biodiversidad, no se pudo obtener un producto que sea suficientemente atractivo y distinto para tentar a nuevos mercados.

Es el momento de aprender con algunos buenos ejemplos nacionales e internacionales, consolidando y dando a conocer los recursos existentes con vistas a contribuir al desarrollo turístico sostenible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre-González, J. A.** (2006) "Estado de las relaciones del Parque Nacional Monumento Arqueológico Guayabo con las comunidades de Santa Cruz de Turrialba y Guayabo, Costa Rica". En Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Volumen 4 (1):69-83
- Aguirre-González, J. A.** (2007) "Asignación de recursos, satisfacción del visitante, administración y manejo de parques nacionales en Costa Rica, Honduras y Nicaragua". Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Volumen 5 (3):353-370
- Aguirre-González, J. A.** (2008) "Financiamento del servicio de educación al turista en áreas protegidas: concesión u operación estatal". Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Volumen 6 (3):451-465
- Bonnefus, E.** (1973) "O Homem ou a natureza?" Parceria A. M. Pereira Lda., Lisboa
- Boschi, A. M. & Torre, M. G.** (2004) "Planificación y gestión de la recreación en áreas protegidas, Neuquén-Argentina" Anuario de Estudios en Turismo, 4(3):45-61
- Boschi, A. M. & Torre, M. G.** (2005) "La zonificación turística en áreas protegidas: caso Norpatagonia Andina – Argentina". Estudios y Perspectivas en Turismo, 14(3): 72-86
- Boyd, S.** (2007) "Parques nacionais: vida selvagem e cultura". En: Lew, Alan *et al* (eds.) *Compêndio de Turismo*, Instituto Piaget, Lisboa, pp. 527-539
- Burnay, M. J.** (2000) "As áreas protegidas", Turismo Natureza - Ciclo de Debates 2000 – Livro de Actas, Lisboa: Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo, 25-34
- Ceballos-Lascuráin, H.** (1996) *Tourism, ecotourism, and protected areas: the state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. Gland, Switzerland: IUCN
- Crosby, A.** (1992) "Experiências en Europa". En: Miguel Castroviejo & Júlio Herrero (eds.) *Ecoturismo Critérios de Desarrollo y Casos de Manejo*, ICONA, Monterrey San Miguel del Padrón , pp. 71-76
- Dias, R.** (2003) "Turismo sustentável e meio ambiente". Editora Atlas, São Paulo
- Dorst, J.** (1973) "Antes que a Natureza Morra", Coordenação de Mário Guimarães Ferri. Edgard Blücher Lda, São Paulo
- Eagles, P; Bowman, M; Tao, T.** (2001) "Guidelines for tourism in parks and protected areas of East Asia". IUCN - University of Waterloo, Gland & Cambridge.
- Fortunato, N.** (2005) "El territorio y sus representaciones como recurso turístico: valores fundacionales del concepto de «parque nacional»". Estudios y Perspectivas en Turismo, 14: 314-348
- ISCTE - Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa** (2004) "Parques visão XXI – estratégia e modelo de gestão para os parques naturais", [Acedido em 06-06-2009]. Disponível em http://www.icn.pt/destaques/destaques_anexos/SE200105.pdf

- Kinker, S.** (2002) "Ecoturismo e conservação da natureza em parques nacionais". Papirus Editora, Campinas
- Lamy, M.** (1996) "As camadas ecológicas do homem", Instituto Piaget, Lisboa
- Nahuelhual Muñoz, L. & Núñez Parrado, D.** (2010) "Beneficios económicos de la recreación en áreas protegidas públicas del sur de Chile". Estudios y Perspectivas en Turismo, 19(5): 703-721
- Lindberg, K. & Johnson, R.L.** (1997) The economic values of tourism's social impacts. Annals of Tourism Research, 24(1), 90-117
- Portugal** (1986) "Decreto-Lei nº 256/86, de 27 de Agosto. Governo. Lex: DR I Série nº 196, pp. 220-2222
- Portugal** (1996) "Resolução do Conselho de Ministros nº 102/96, de 08 de Julho". Lex: DR I Série A , nº 156, pp. 1762-1762
- Portugal** (1998) "Resolução do Conselho de Ministros nº 112/98, de 25 de Agosto". Lex: DR I Série B , nº 195, pp. 4348-4350
- Portugal** (2002) "Decreto-Lei nº 54/02, de 11 de Março". Ministério da Economia. Lex: DR I Série A , nº 59, PP. 2068-2083
- Portugal** (2008) "Decreto-Lei nº. 39/08 de 07 de Março". Ministério da Economia e Inovação. Lex: DR I Série, nº 48, pp. 1440-1456
- Rodriguez Darias, A. J.** (2007) "Desarrollo, gestión de áreas protegidas y población local. El Parque Rural de Anaga (Tenerife, España)". Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Volumen 5(1):17-29
- Soromenho-Marques, Viriato** (1998) "O futuro frágil: os desafios da crise global do ambiente". Publicações Europa-América, Lisboa
- World Resources Institute** (1990) "World resources. A report". Basic Books Inc. New York, NY
- WTO - World Tourism Organization** (1998) "Tourism market trend: Americas 1988 – 1997". Madrid

Recibido el 23 de septiembre de 2010

Correcciones recibidas el 18 de febrero de 2011

Aceptado el 01 de marzo de 2011

Arbitrado anónimamente

Reseña

de Publicaciones

Especializadas

MONTEVIDEO CIUDAD BALNEARIA (1900 – 1950)

El municipio y el fomento del turismo

Juana A. Norrild
CIET - Argentina

Nelly da Cunha. Universidad de la República (Magallanes 1577, Montevideo - Uruguay) 2010, 204 pp. (figuras, cuadros y gráficas) ISBN 978-9974-0-0695-9

Este libro aborda los cambios acontecidos en la fisonomía de Montevideo y los componentes que hacen a su permanencia como centro balneario en el proceso simultáneo de apertura de espacios de uso colectivo, de acondicionamiento de la costa para el paseo y de habilitación de nuevos lugares de residencia y hoteles.

El análisis de este cambiante concepto de balneario estuvo signado por la intervención de agentes privados y del gobierno municipal, lo que generó nuevas problemáticas y llevó a la asignación de recursos específicos. Las políticas municipales en el fomento del turismo transcurrieron entre la apropiación del espacio y la adquisición y gestión del Casino Parque Hotel y el Hotel Casino Carrasco. Este proceso se inserta en un marco regional en el que ocurren procesos similares que contribuyen a explicar ese fenómeno social: el turismo.

Este trabajo responde a las actividades de investigación dirigidas por Raúl Jacob, realizadas en el Programa de Historia Económica y Social (PHES), Facultad de Ciencias Sociales (FCS), continuadas en el marco de las tareas de investigación del cargo docente en la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FHCE).

La publicación está prologada por Raúl Jacob, quien define a la autora, Nelly da Cunha, como la principal historiadora del turismo en Uruguay. Nelly da Cunha es docente e investigadora del Área de Estudios Turísticos de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (Universidad de la República, Uruguay). Fue investigadora en el Programa de Historia Económica y Social de la Facultad de Ciencias Sociales; ha presentado ponencias y ha publicado artículos en diferentes ámbitos académicos de la región y en Europa.

Si bien la investigación se presenta en tres partes, el municipio de Montevideo y sus autoridades están presentes en cada una de ellas; la problemática de asignar y procurar recursos, de inaugurar lugares para el esparcimiento y el paseo, de impulsar y gestionar hoteles grandiosos, revela la expresa voluntad de fomentar el turismo con la expectativa de atraer riquezas beneficiosas para la ciudad y el país. Asimismo, se plantea un contexto comparativo analizando procesos similares, Mar del Plata y Río de Janeiro sirven para contrastar más allá de las fronteras las continuidades, los cambios y la diversidad; introduce la autora.

La primera parte se dedica al análisis de la construcción de parques y paseos marítimos que rodearon la costa e implicaron una profunda transformación del espacio urbano en construcción, acompañados de políticas públicas. En la segunda parte la relevancia de la investigación recae en los hoteles balnearios de carácter elitista, que comparten con los paseos marítimos la construcción de la imagen de la ciudad balnearia. En la tercera parte se presentan los resultados del análisis que permitió el acceso a los libros del Hotel Carrasco y, por último, se analizan aspectos de la difícil coyuntura política entre Argentina y Uruguay a principios de la década de 1950.

La construcción del espacio turístico y recreativo

Hacia 1900 es posible visualizar cambios perdurables en la fisonomía de la ciudad de Montevideo que transformaron su estructura en un importante centro turístico. Se trata de dilucidar quiénes fueron los actores sociales e institucionales, cuáles fueron los comportamientos sociales y las acciones municipales, y las interferencias entre unos y otros en la creación del nuevo espacio –para el ocio y el trabajo- en momentos en que la ciudad se expandía. (pp. 21)

Esta parte comienza con la referencia a las instalaciones recreativas de la ciudad de Montevideo entre 1868 y 1950 que en un principio responden a la iniciativa privada y luego se produce la apropiación municipal.

La línea argumental de las autoridades municipales –y de integrantes del gobierno central que de una forma u otra aludían a la acción municipal- en los planes de instalaciones recreativas y turísticas al parecer tiene como fuente de inspiración el pensamiento de José Batlle y Ordoñez. (pp. 36)

Luego de exponer los argumentos municipales para justificar gastos de orden suntuario en las primeras décadas del siglo cuando la ciudad debía satisfacer otras necesidades como saneamiento, apertura y acondicionamiento de calles, servicios de limpieza, etc. se extiende sobre la problemática del financiamiento. Se analizan los costos principales, las fuentes de recursos, los empréstitos, la recuperación de costos y las rentas municipales.

Y desde los hoteles se viaja hacia el acondicionamiento de los balnearios para adaptarlos a la nueva realidad. *A fines del siglo XIX comenzó la transformación del paisaje costero. Al gestarse un*

nuevo escenario social, los viejos comportamientos propios de las estadías en las quintas se reacomodaban para disfrutar la extensa costa, y en continuo dinamismo, primero en la capital y luego en el país, acontecía un irreversible acercamiento social al mar. Tras las viejas instalaciones de baños techados y los baños de mar en torno a los bastidores de defensa (cubos), la costa pasaría del libre uso a la plena ocupación, por lo que fue acondicionada para el turismo y la recreación. (pp. 55)

En esta primera parte también se hace referencia al transporte en los paseos y playas montevideanos entre 1917 y 1935 y se hace una interpretación política e ideológica sobre el proceso analizado.

Los hoteles municipales: Casino Parque Hotel y Hotel Casino Carrasco

Además de los atractivos naturales y culturales y de la necesidad de confort en el alojamiento los componentes intangibles como deseos e ilusiones determinan la elección del lugar. Y ese lugar es ocupado por los hoteles de elite.

El veraneo se constituyó para la burguesía en el escenario de ostentación de riquezas reales o de conquista de un nuevo estatus social. En el entendido de que los edificios como símbolos e instrumentos de expresión especializaron su estilo, ningún lenguaje arquitectónico fue más adecuado que la mezcla de barroco y tradición clásica que aunaba la sofisticación y la obsesión por lo europeo. Así como las estaciones ferroviarias sobre la base de estructuras de hierro que simbolizaban el progreso industrial aplicaron el modelo victoriano, la mezcla de estilos o el Art Nouveau fueron adoptados para edificios públicos, residencias y hoteles. (pp. 83)

En esta parte se analiza con más profundidad la concesión privada y luego la apropiación de los hoteles balnearios por parte de la municipalidad ilustrando los datos con los casos particulares de los hoteles Casino Parque, Casino Carrasco, Casino de Los Pocitos, Prado, etc. También se hace una jugosa exposición sobre la gestión y la promoción de los hoteles y sobre la normativa hotelera.

El Hotel Casino Carrasco: de la consolidación a la crisis

En esta última parte el eje central es el análisis de los libros de cuentas corrientes del Casino Hotel Carrasco. Este requiere la consideración de factores que incidieron en el arribo de turistas que en su mayoría provenían de Argentina: la coyuntura política y económica, los cambios registrados en Mar del Plata como principal destino de competencia y el valor de cambio de la moneda.

Sin desestimar las nuevas opciones balnearias que fueron adquiriendo importancia y que como proceso inexorable pusieron en jaque al veraneo montevideano, cabe explicar la tendencia ascendente de turistas en el Hotel Carrasco así como las oscilaciones constatadas si se mira al más importante centro emisor, Argentina. Se abre entonces un abanico de explicaciones que tienen en

cuenta que las políticas públicas de los países emisores, vinculadas o no al turismo, inciden en la actividad de los países receptores. El crecimiento económico y otros factores –así como los aspectos coyunturales de orden económico han explicado las oscilaciones más bruscas- representan componentes exógenos de probable incidencia que pueden adquirir tanta importancia como los efectos derivados de políticas turísticas internas. (pp. 169)

Desde esta perspectiva se tendrá en cuenta la evolución de Mar del Plata, centro turístico argentino que competía por el mismo mercado; el crecimiento económico de Argentina; la relación del tipo de cambio de los dos países; y la incidencia de las políticas económicas argentinas en los viajes a Uruguay.

Esta publicación representa una navegación histórica virtual por el Río de La Plata y un poco más allá, anclando en las costas de Montevideo y Mar del Plata. Posee los condimentos necesarios para entretener y recrear al lector; y la profundidad justa para permitir y permitirse una mirada sobre el turismo como resultado de una compleja interrelación de condiciones políticas, económicas y socioculturales en un momento histórico determinado.

Quienes deseen comunicarse con la autora de esta reseña podrán dirigirse a janorrild@gmail.com.

Estudios y Perspectivas en Turismo es una publicación que analiza al turismo desde la óptica de las ciencias sociales y constituye un foro interdisciplinario para la expansión de las fronteras del conocimiento en la materia.

Estudios y Perspectivas en Turismo contiene artículos arbitrados anonimamente que versan sobre los variados aspectos del fenómeno turístico: económico, social, geográfico, antropológico, ecológico, psicológico, etc.

Estudios y Perspectivas en Turismo cuenta con secciones fijas como por ejemplo:

- Documentos Especiales, que incluye ensayos al igual que trabajos esencialmente descriptivos considerados de interés para los estudiosos de la especialidad y reportes de investigación.
- Reseña de Publicaciones, pensada para dar cabida a comentarios de libros y de revistas que contengan temas relacionados con el turismo.
- Crónica de Eventos, donde se ofrece una síntesis de reuniones tanto de carácter nacional como internacional.

Estudios y Perspectivas en Turismo se encuentra indizada en:

C.I.R.E.T. // Latindex // Qualis // SciELO // Unired // Redalyc
EBSCO // DIALNET // Informe Académico y Academic OneFile

Ha sido incorporada al Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas por Resolución 1071/07 del CONICET y renovada por el período agosto 2010 - julio 2013, según nota del 24 de noviembre de 2010 de CAICYT - CONICET.