

25
ANIVERSARIO

Estudios y Perspectivas en Turismo



Volumen 24

Número 2

2015

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

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 Virigili - 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 Beni • Universidad de San Pablo - Brasil
- Alicia Bernard • Universidad de Las Américas Puebla - México
- Rodolfo Bertoncello • Universidad de Buenos Aires - Argentina
- 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
- Patricia Domínguez Silva • Universidad de las Américas Puebla - México
- Ana María Dupey • Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Erdogan Ekiz • King Abdulaziz University - Arabia Saudita
- 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
- Javier de León Ledesma • Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Anaida Meléndez U. • Universidad del Zulia - Venezuela
- José Mondéjar Jiménez • Universidad Castilla La Mancha - España
- 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
- Alexandre Panosso Netto • Universidad de San Pablo - Brasil
- 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
- Jean Max Tavares • Pontificia Universidad Católica de Minas - Brasil
- Raúl Valdez • Universidad de las Américas Puebla - México
- Fernando Vera Rebollo • Universidad de Alicante - España
- Alejandro Villar • Universidad Nacional de Quilmes - Argentina
- Jorge Zamora • Universidad de Talca - Chile
- Sandra Zapata Aguirre • Universidad Colegio Mayor de Antioquía - 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

Disposiciones generales. 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 artículos deben hacer referencia a investigaciones científicas, o ser notas de investigaciones o resúmenes de obras relevantes. No se aceptarán ensayos de opinión ni piezas retóricas.

Procedimientos. Los trabajos recibidos serán sometidos a arbitraje anónimo por lo cual todo elemento identificatorio deberá ser eliminado. Deberán estar acompañados de un archivo en el que consten los datos de filiación del/los autor(es) (brevísimos currículum, dirección postal y dirección electrónica). Asimismo, se requerirá de él/ los autor(es) la declaración de no haber remitido y el compromiso de no remitir dicho trabajo simultáneamente a otros medios para su publicación.

Los artículos serán publicados en español y la dirección de la revista que se reserva el derecho de realizar los ajustes gramaticales necesarios. En caso de considerarse la no publicación de un trabajo se notificará al/los autor(es) a la brevedad. No se devolverán los originales corregidos por los árbitros.

Forma de presentación. Los artículos deberán estar escritos en letra Arial 10, interlineado 1,5 y dejando 3cm en los 4 márgenes. Su extensión ideal es de 20 carillas incluyendo tablas, imágenes y otros elementos gráficos. En la redacción no se permitirá la utilización de la primera persona del singular ni del plural (yo o nosotros) sino las formas impersonales (por ejemplo: “se presume” o “se llegó a la conclusión”).

Los originales constarán de un título en español y un título en inglés y un resumen en los dos idiomas, cada uno de estos últimos con un máximo de 250 palabras incluyendo las palabras clave. Deberán tener introducción, marco teórico, metodología, resultados, una conclusión o comentario final y referencias (bibliográficas, hemerográficas, electrónicas). Los subtítulos no deberán estar numerados y no se aceptarán notas al pie de página. Si hubiere agradecimientos, éstos se incluirán antes de las referencias.

Las citas dentro del texto se individualizarán con el siguiente orden de datos: Autor, fecha: Página(s); por ejemplo (Schlüter, 2008: 143). Los gráficos, tablas y mapas serán incluidos al final y numerados con números arábigos en orden progresivo 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. Se deberá citar la fuente debajo de cada uno, en Arial 9.

Con respecto a las referencias bibliográficas es indispensable que se consignent 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 autor(es), 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

Las referencias electrónicas deberán obedecer al mismo orden que las anteriores, colocando en seguida Disponible en: URL y día de consulta. Ejemplo:
Barretto, M. (2007) Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas. Col. Pasos Edita nº1. ACA/Pasos, El Sauzal, Tenerife. Disponible en:
<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita1.pdf>

Las referencias de sitios de Internet deberán obedecer al formato URL + fecha de acceso. Por ejemplo: www.wto.org. Acceso el 17/06/2013

Los originales se enviarán por correo electrónico en formato Word al mail cietcr@uolsinectis.com.ar con copia a regina.cieturisticos@gmail.com

NO SE ACEPTARÁN TRABAJOS QUE NO SE AJUSTEN Estrictamente A ESTOS LINEAMIENTOS

INDICE**El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico 188***Carolina Iuva de Mello y Caroline Ciliane Ceretta***Factores de atraktividad y calidad de los servicios turísticos en el destino****Pipa - Brasil..... 205***Domingos Fernandes Campos y Dalila Nathalia Bezerra Maiax***Patrimonio, turismo y transfiguraciones en las identitarias****El Pelourinho (Salvador – Bahía) y Porto Rico (Paraná), Brasil..... 222***Silvia Helena Zanirato y Edgar Luis Tomazzoni***La ciudad construida por la imagen urbana. Hoteles en la playa de****Copacabana (Río de Janeiro, Brasil) como símbolo de lugares 244***Luciano Torres Tricárico y Priscilla Gastaldi***Responsabilidad social corporativa en el sector turístico. Un estudio de****caso del Parque Temático Beto Carrero World (Santa Catarina – Brasil)..... 264***Franciane Reinert Lyra y Maria José Barbosa de Souza***La expansión del turismo y las segundas residencias. Implicaciones en el****sector inmobiliario de la costa de Parnamirim/RN Y Nisia Floresta/RN..... 279***Elizângela Justino de Oliveira***Aportes para la medición del valor añadido por el turismo. El turismo****residencial estival en las mediciones del Producto Bruto Geográfico del****Partido de General Pueyrredón, Argentina..... 296***Ana Julia Atucha, María Eugenia Labrunee, María Teresa López y Lucía Studnitz***Turismo, trabajo femenino y empoderamiento de las mujeres en Bahías de****Huatulco, Oaxaca - Mexico 316***Martha Marivel Mendoza Ontiveros y Jazmín de Verano Chapulín Carrillo*

Medidas de mitigación y adaptación ante peligros hidrometeorológicos**El caso del sector hotelero en la isla de Cozumel, Quintana Roo - México.. 336**

Amanda Legorreta Ramírez, Maribel Osorio García, Alejandro Palafox Muñoz y Nora Bringas Rábago

Impactos culturales del turismo comunitario en Ecuador sobre el rol del**Chamán y los ritos mágico - religiosos..... 356**

Enrique Cabanilla

DOCUMENTOS ESPECIALES**De barrio sur a patrimonio mundial de la humanidad. Patrimonialización****del barrio histórico de Colonia del Sacramento - Uruguay 374**

Laura Ibarlucea

La contradicción del turismo en la conservación y el desarrollo en**Galápagos - Ecuador 399**

Andrea Muñoz Barriga

El método DEP como herramienta para el análisis de destinos turísticos**Su aplicación en Ilhéus /BA - Brasil 414**

Marco Aurélio Avila, Aline Conceição Souza, William de Araújo Figueira y Gustavo Pereira da Cruz

Memorias de viajes**Las cartas como fuente histórica para el turismo..... 430**

Dalila Rosa Hallal, Débora Clasen de Paula y Dalila Müller

RESEÑA DE PUBLICACIONES**Turistas y campesinado. El turismo como vector de cambio de las****economías campesinas en la era de la globalización 447**

Xerardo Pereiro

EL SOUVENIR ARTESANAL Y LA PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DEL LUGAR TURÍSTICO

Carolina Iuva de Mello*
Universidade Federal de Santa Maria
Santa Maria/RS – Brasil
Caroline Ciliane Ceretta**
Universidade Federal de Pelotas
Pelotas/RS - Brasil

Resumen: Los modos de hacer local y su historia forman parte de los productos locales y son cada vez más valorados por los consumidores, además de servir de apoyo a la conservación del patrimonio histórico-cultural de los territorios. Dichos aspectos resultan fundamentales en la posmodernidad debido al crecimiento de la demanda de bienes simbólicos y de identidad cultural. Así, las artesanías locales dan autenticidad y consolidan la imagen de un destino turístico. Este artículo intenta analizar el rol del souvenir artesanal de base identitaria como un producto capaz de impulsar el consumo simbólico de un lugar turístico. Específicamente, se busca investigar el uso de la palabra souvenir en los artículos del sistema Web of Science del índice de citas ISI Citation Index; presentar el aporte teórico de territorio, patrimonio y turismo como dinámicas del artesanado; y verificar la relación entre el souvenir y la actividad turística en la promoción de destinos. Se observa que la relación entre la autenticidad de las artesanías y el turismo son aliados en la búsqueda de ingresos y en la valoración de los atributos vinculados al territorio para dinamizar el desarrollo. También se observó que la valorización del souvenir artesanal como producto indicador cultural es capaz de contribuir al desarrollo de los destinos que eligen el turismo como alternativa de promoción de la imagen.

PALABRAS CLAVE: Souvenir, autenticidad, imagen, destino turístico, desarrollo.

Abstract: The Handmade Souvenir and the Image Promotion of a Tourist Place. The local ways of crafting and its history are part of the local products and are being increasingly valued by the consumers, besides serving as a support for the preservation of historical and cultural heritage of the territories. These aspects are key in postmodernity due to growing demand for symbolic goods and cultural identity. Thus, the local craft has served for some experiments as a strategy of consolidation and authenticity of the image of a tourist destination, providing comparative advantages in territory. Therefore, the main objective of this article is to examine the role of handmade souvenir with identity matrix as a product able to leverage the symbolic consumption of a tourist place. More specifically, it seeks to investigate the use of the word souvenir in the articles in Web of Science the citation index ISI Citation Index; to present the theoretical basis of territory, heritage and tourism as a dynamic present in the craft; and to verify the relationship between the souvenir and tourism activity in promoting tourism destinations. In the result, it can be seen that the relationship between the

* Doctoranda en Extensión Rural en la Universidad Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, Brasil. Diseñadora por el Centro Universitario Franciscano, Santa Maria, Brasil. Maestría en Ingeniería de Producción por la Universidad Federal de Santa Maria. Se desempeña como Profesora asistente del Departamento de Diseño Industrial de la Universidad Federal de Santa Maria. E-mail: carolinaiuva@gmail.com

** Doctoranda en Extensión Rural en la Universidad Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, Brasil. Turismóloga por la Universidad de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, Brasil. Maestría en Turismo por la Universidad de Caxias do Sul, Caxias do Sul, Brasil. Se desempeña como Profesora efectiva del Departamento de Administración y Turismo de la Universidad Federal de Pelotas (UFPEL), Pelotas/RS, Brasil. E-mail: carolineceretta@hotmail.com

authenticity of crafts and tourism become allies for the success of projects that seek to broaden the income and value attributes linked to the territory, in order to boost the development. Finally, it is noted that with the appreciation of handmade souvenir item as cultural indicator it is able to contribute to the development of tourism destinations that elect the tourism as alternative for image promotion.

KEY WORDS: *souvenir, authenticity, image, tourist destination, development.*

INTRODUCCIÓN

Cuando el artesanado encuentra la oportunidad en el turismo se inicia una sinergia que involucra la valorización del producto auténtico que identifica un pasado, un hábito o una costumbre. Con los años estos productos de materia prima cultural o natural se transforman en objeto de apreciación, identidad y valor turístico. Se crea un entorno capaz de generar ingresos, valorar la identidad cultural, promover el trabajo femenino, mejorar las condiciones de vida del artesano y su familia; es decir, un entorno capaz de crear un momento simbólico.

En cuanto a la actividad turística el consumo de souvenir marca el recuerdo del lugar visitado, la representación de un producto local, sentimientos de pertenencia de la comunidad visitada y valoración de su cultura. El turismo cultural se apropia y utiliza como aporte socioeconómico el consumo de productos identitarios a través del efectivo consumo de bienes y servicios locales, mediante la adquisición de algo representativo del lugar visitado llamado souvenir artesanal (conocido popularmente como recuerdo del lugar).

Un ejemplo de la dinámica que transformó el turismo en los últimos años es la facilidad de su inserción en diferentes lugares, pueblos y culturas. Como resultado de esta internacionalización del turismo el souvenir se convirtió en un objeto de gran demanda por parte de quienes usufructúan los destinos turísticos, pues a través del souvenir artesanal es posible compartir simbólicamente el lugar visitado con el otro, presentarlo a amigos y familiares, y rescatar imaginarios y memorias relacionadas con el destino turístico.

Así, el souvenir artesanal puede fortalecer la identidad cultural del lugar teniendo como colaboradores a los turismólogos, antropólogos, sociólogos, historiadores, diseñadores y artesanos dispuestos a aproximar la relación de los actores locales con el circuito espacial productivo, cultural y comercial. Para producir estas sinergias locales los proyectos de desarrollo de productos artesanales son una alternativa que organiza la dinámica del interés, considerando las características locales de la manufactura, la iconografía local, los segmentos de mercado a alcanzar y las potencialidades creativas de los actores involucrados.

Los souvenirs artesanales también actúan como medio de difusión y promueven las investigaciones sobre la importancia del artesanado en la generación de ingresos y la agregación de

valor a las comunidades tanto las menos favorecidas ambientalmente en términos económicos, sociales, geográficos, de transporte y tecnología, como aquellas cuya herencia cultural está desvalorizada y desacreditada por los mismos actores locales. Cuando el turismo explota de forma sustentable un destino los cambios resultan visibles, sea por los gastos turísticos efectuados o por el consumo contemplativo y simbólico que produce (Ceretta, 2005).

En este sentido, el estudio del souvenir y la promoción de la imagen del destino turístico con la investigación de tipo exploratoria y bibliométrica sirve para estratificar mejor el área de estudio y averiguar cómo se llevan a cabo los análisis y qué artículos son más relevantes (según el número de citas). La bibliometría es una técnica cuantitativa y estadística que mide los índices de producción y difusión del conocimiento científico (Fonseca, 1986 citado por Velter et al., 2010). La recolección de datos se realizó a través del sistema *Web of Science* del índice de citas *ISI Citation Indexes*, el cual fue publicado por primera vez en 1963 con datos de citas a partir de 1961 (Garfield, 1963). El *Web of Science* ofrece acceso directo al flujo de información multidisciplinaria retrospectiva de cerca de 8.700 revistas de gran prestigio y alto impacto en el mundo académico (Thomson Reuters, 2011).

El objetivo principal de este estudio es analizar el rol del souvenir artesanal de base identitaria como un producto capaz de impulsar la imagen de un destino turístico. Específicamente, se busca investigar el uso de la palabra souvenir en los artículos científicos del sistema *Web of Science* del índice de citas *ISI Citation Indexes*, presentar el aporte teórico que involucra los conceptos de territorio, patrimonio y turismo como dinámicas presentes en el artesanado y verificar la relación entre el souvenir y la actividad turística en el ámbito de la promoción de destinos.

El estudio se estructura en dos ejes de reflexión. Inicialmente se contextualiza la temática posmodernidad y fortalecimiento de lazos identitarios. Luego el estudio contempla el aporte temático del souvenir artesanal y su involucramiento con la actividad turística. Se analizan los resultados obtenidos discutiendo su aparición e involucramiento y se exponen las principales conclusiones sobre el abordaje del souvenir artesanal en el ámbito del consumo turístico y el desarrollo local.

POSMODERNIDAD Y LAZOS IDENTITARIOS DEL TERRITORIO

Se vive un momento de grandes cambios donde la comprensión espacio-tiempo aproxima e intensifica los intercambios materiales y culturales (Harvey, 1992). Dicho fenómeno promueve lo que se conoce como globalización y se caracteriza según Giddens (2002) por los lazos genuinamente mundiales. Es decir que los eventos que ocurren en un lado del planeta afectan a las comunidades y relaciones sociales del lado opuesto y viceversa.

En este proceso las fronteras se tornan más permeables y nadie puede eximirse de generar o sufrir interferencias. Los procesos globalizadores de las nuevas tecnologías de información y comunicación permitieron el intercambio de experiencias y visiones del mundo entre civilizaciones

hasta entonces aisladas unas de otras. La homogeneización de las culturas se convirtió en una preocupación en la cual la globalización es responsabilizada por algunos autores como la posible promotora de la pérdida de identidad de los habitantes y del lugar.

Paralelamente, son varios los estudios y percepciones que indican que las culturas locales han sido revalorizadas y la preocupación en relación al rescate de saberes y tradiciones promovió debates en diversas áreas del conocimiento. De acuerdo con Borges (2003: 63) *“cuanto más avanza la globalización produciendo la desterritorialización, más [...] necesidad siente la gente de pertenecer a algún lugar, a ese rincón particular del mundo que nos define”*.

Para Featherstone (1996) al intentar formular una teoría de la globalización se acaba por adoptar una lógica totalizante que ve al mundo unificado y homogéneo, implicando así la inevitable decadencia de las culturas locales. Sin embargo, este mayor contacto no es garantía de consenso sino que produce conflictos y confronta perspectivas. Las naciones y otros agentes involucrados *“están presos en redes de interdependencia y correlaciones de poder”* (Featherstone, 1996:10), y es con la dificultad de relación entre las distintas perspectivas culturales que la noción de localismo gana fuerza generando el deseo de pertenecer a algún lugar real o imaginario.

Ortiz (2009) afirma que por más que el mundo esté interconectado no está necesariamente integrado. A pesar de la materialidad de un sistema mundial de comunicación que conecta individuos de diversas localidades del globo, éste por sí mismo no garantiza la integración y no genera una consciencia colectiva global. *“La realidad de una red electrónica no es la misma de una red de relaciones sociales y mucho menos de una “comunidad global”. Al contrario, en muchos casos ésta distancia los grupos sociales al potencializar los lazos identitarios”* (Ortiz, 2009: 247).

Las identidades nacionales pueden ser construidas y fortalecidas según Featherstone (1996: 17), ya que [...] *ciertos lugares pueden adquirir un status emblemático particular como monumentos nacionales y representar un lazo simbólico que supere e incorpore las diversas afiliaciones locales que tienen las personas. [...] En este sentido, la creación de la comunidad nacional es inventada, pero no se inventa de la nada.*

Así, es necesaria la existencia previa de fuentes culturales populares como mitos, leyendas y costumbres, para servir de base para la construcción de una identidad nacional. Pero el éxito de esta construcción depende de las luchas de poder en las que la movilización de la población por la diferencia alcanza gran significado. Los conflictos externos con las naciones vecinas solidifican la identidad nacional, pero en estos casos se destacan la identidad cultural y la frontera simbólica entre los diferentes lugares (la identificación con un pueblo en oposición a otro).

Contrariando a quienes dicen que el aislamiento de la comunidad contribuye a mantener su identidad cultural y que la globalización acabaría con las particularidades locales, Featherstone (1996:

21) afirma que es *“la necesidad de movilizar una representación particular de identidad nacional como parte de una serie de contactos inevitables, interdependencias y luchas de poder en las que las naciones se ligan con los otros significantes”*, el factor crucial en el desarrollo de la imagen cultural que la comunidad tiene de sí misma.

Otro aspecto resaltado por autores como Stuart Hall (1991 citado por Featherstone, 1996: 14) es que no hay nada *“tan poderoso como la imagen de una comunidad orgánica integrada a la infancia perdida”*. Esto significa que las generaciones sucesivas poseen cierto grado de nostalgia de las generaciones anteriores, compartiendo los ‘buenos y viejos tiempos’. Esta memoria compartida es uno de los factores que fortalece las identidades culturales locales.

Por lo tanto, la identidad cultural es una construcción social sustentada por la interacción de los individuos pertenecientes a ella. Los rituales y ceremonias son mantenidos para reforzar la noción de identidad colectiva local accionando memorias colectivas.

Para Featherstone (1996: 19) [...] *lo que es relevante en la situación global contemporánea es la capacidad de romper los moldes, de moverse entre diversos enfoques, de lidiar con un abanico de material simbólico de donde diferentes identidades pueden ser formadas y reformadas en distintas situaciones. Tenemos ahí la noción de que el mundo contemporáneo no está viendo el empobrecimiento cultural, la atenuación de los recursos culturales. Al contrario, ha habido una extensión de repertorios culturales y un aumento de los recursos de varios grupos para crear nuevos modos simbólicos de afiliación y pertenencia.*

No se niega que esté en curso una proliferación mundial creciente de productos oriundos de Occidente, principalmente de Estados Unidos, y una disponibilidad cada vez mayor de bienes de consumo, publicidad y medios de comunicación occidentales. Lo que se defiende es que esta proliferación no presupone la destrucción total de las culturas locales. En algunos casos el Estado-nación ejerciendo el poder que posee puede controlar o resistir la penetración del mercado, en otros surgen formas diversas de hibridación donde los significados de los bienes e informaciones externas son trabajados y combinados con tradiciones y costumbres culturales locales.

Durante algún tiempo se creyó que la industrialización acabaría con la producción artesanal de bienes, de la misma forma que la globalización mataría las expresiones culturales locales. Pero se observan indicios de que el lugar del artesanado en la sociedad contemporánea está expandiéndose. Este crecimiento se da en función de la dimensión simbólica de estos productos y su capacidad de aportar a los usuarios y consumidores valores que cada vez son más apreciados como el calor humano, las singularidades y el sentido de pertenencia (Borges, 2011).

El fortalecimiento de las identidades territoriales por medio del artesanado local ha servido en algunas experiencias como una estrategia para reforzar la imagen de una región, elaborando ventajas

comparativas del territorio. La valoración de las diversidades y singularidades locales propicia la producción de bienes culturales diferenciados, el consumo de mercaderías con cualidades específicas y el surgimiento de nuevas modalidades de turismo. Algunas comunidades buscan movilizar sus patrimonios naturales y culturales para mejorar su calidad de vida (Froehlich & Alves, 2007). El abordaje territorial del desarrollo busca movilizar todos los activos relevantes en él y el flujo turístico rural o urbano puede servir como vertebrador de una serie de acciones de carácter intersectorial capaces de promover sinergias entre los actores territoriales (Wiskerke & Ploeg, 2004).

La articulación entre los diversos eslabones de producción, comercialización y servicios en el ámbito territorial genera una dinámica que promueve el desarrollo. En esta lógica se considera que los productos locales son manifestaciones culturales fuertemente relacionadas con el territorio y con la comunidad que los generó y *“para dinamizar los recursos del territorio y valorizar su patrimonio cultural es fundamental reconocer y hacer reconocibles valores y cualidades locales”* (Krucken, 2009:18). La valoración del patrimonio histórico y cultural de una localidad puede promover su desarrollo generando mejoras en la calidad de vida de su población. Muchos territorios del país poseen un riquísimo patrimonio cultural que debe ser conservado y puede ser movilizadocomo potencial identitario a ser explotado por el artesanado.

Para Ballart (1997) la noción de patrimonio surge cuando un individuo o un grupo identifican como suyo un objeto o conjunto de objetos y la idea de poseerlos sugiere que se está en presencia de algo de valor. Los souvenirs artesanales al incorporar una identidad territorial que puede ser reconocida por los consumidores se suman al conjunto de acciones que componen el desarrollo local (salud, trabajo, ingreso, bienestar, ocio, etc.).

La producción y comercialización de un souvenir artesanal también podrá manifestar en los actores sociales de los destinos turísticos, el sentimiento de pertenencia e identidad con el territorio. Así, los sujetos son capaces de transformar y agregar valor a la productividad, las manifestaciones culturales, la valoración de los recursos y la valoración de aquello que existe en su entorno habitual y puede ser aprovechado de forma responsable (Sen, 2000).

EL SOUVENIR ARTESANAL Y SU USO TURÍSTICO

En los últimos años el turismo se ha convertido en un objeto de mayor interés para los gobiernos de todo el mundo, tornándose un sector cada vez más presente en las políticas de desarrollo territorial a escalas regional y local. Este interés por promover la actividad turística se debe a la necesidad de desplazamiento por motivos de ocio, descanso o negocios en los diferentes contextos internacionales; y a la necesidad de los gobiernos nacionales y subnacionales de desarrollar ventajas comparativas de los territorios para fomentar sectores que presenten un significativo potencial de expansión y puedan promover la integración de esos territorios en espacios más vastos y competitivos (Silveira, 2005).

Entre las modalidades de turismo existentes, el cultural *“es el turismo que tiene como finalidad exponer al visitante todo el patrimonio histórico y cultural de una comunidad o región, valorizando toda la creación humana individual o social”* (Mattei, 2004: 195 citado por Nardi & Miorin, 2006: 14). Esta modalidad está íntimamente ligada al territorio y su finalidad es valorar los diferentes modos de vida. Así, se fundamenta en la valoración de la comunidad local, que según Lages et al. (2004) puede ser definida por la unión de personas en un mismo territorio que conviven socialmente en base a principios y costumbres semejantes determinados por dimensiones físicas (características geológicas y recursos naturales), económicas (organización espacial y social), simbólicas (relaciones culturales y afectivas entre grupos) y sociopolíticas (relaciones de dominación y poder).

Para Abramovay (1998) el territorio puede ser percibido como un conjunto de relaciones entre raíces históricas, configuraciones políticas e identidades; relaciones preponderantes para el desarrollo. Así, la territorialidad es condicionada por normas y valores culturales propios con símbolos y significados que pueden variar de una sociedad a otra en el tiempo y el espacio. En este sentido, el artesanado es uno de los medios más importantes de representación de la identidad de un grupo social pues a través de él se representan los valores colectivos. Los productos que trabajan las identidades culturales locales hacen que los artesanos involucrados tengan mayor estima por sus orígenes y por la vida cotidiana, aumentando su sentido de pertenencia (Borges, 2011).

En la nueva “economía de la experiencia” los productos que tienen historias para contar, que remiten a hechos, lugares, saberes y haceres tradicionales son más valorados y deseados. El desafío es poner en evidencia estos atributos, diversificar y dirigir la oferta. Además de promover productos capaces de despertar la curiosidad y el deseo de las personas identificadas con las raíces culturales brasileñas, acompañando el crecimiento de la demanda de bienes simbólicos identificados culturalmente con determinado territorio (Barroso, 2011).

Así surgen acciones y proyectos que buscan valorar la identidad territorial a través del fortalecimiento del artesanado. En Rio Grande do Sul se destacan el grupo “Bichos do Mar de Dentro” y la “Colección Redeiras”. Ambos recibieron apoyo del Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas - SEBRAE para desarrollar artesanalmente productos diferenciados, utilizando la iconografía y materias primas locales. El grupo “Bichos do Mar de Dentro” está formado por artesanos de los municipios de Tapes, Camaquã, Rio Grande, Santa Vitória do Palmar y São Lourenço do Sul; y con la ayuda de un equipo de diseñadores desarrollaron una colección de productos que retrata la fauna de la región, específicamente los animales silvestres que viven en la región de la Costa Doce donde se incluye el Mar de Dentro (Bichos do mar de dentro, 2011).

La “Colección Redeiras” está formada por un grupo de artesanas de la Colonia de Pescadores São Pedro – Z3, localizada en el segundo distrito del municipio de Pelotas. Producen artesanías con materia prima que abunda en la región como redes de pesca y escamas y piel de pescado. Las manos habilidosas de las artesanas transforman el material que sería descartado en collares,

pulseras y aros (Redeiras, 2011). En ambos casos el valor atribuido a los productos artesanales busca expresar aspectos identitarios del territorio donde se producen, sea a través de la representación de elementos característicos locales (Bichos do Mar de Dentro) o mediante la reutilización de materia prima con técnicas tradicionales (Colección Redeiras).

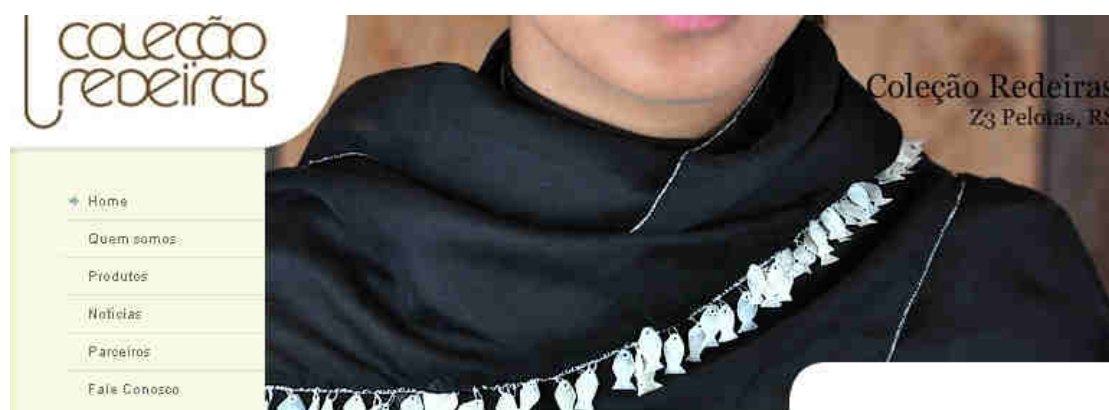
Los turistas que visitan estos lugares ven artesanías con características específicas del lugar y las adquieren como souvenirs (Figuras 1 y 2). Así, la estrecha relación entre el artesanado de base identitaria y el flujo turístico se torna cada vez más importante para el éxito de proyectos que buscan ampliar el ingreso y valorizar atributos vinculados al territorio con vistas a dinamizar su desarrollo.

Figura 1: Proyecto Bichos do Mar de Dentro



Fuente: www.bichosmardedentro.com.br

Figura 2: Proyecto Redeiras



Fuente: www.redeiras.com.br

EL SOUVENIR ARTESANAL COMO PROMOTOR DE LA IMAGEN TURÍSTICA

El souvenir es un producto que se caracteriza por preservar memorias relacionadas con el destino turístico visitado. Siendo un objeto representante de la imagen del lugar, sirve como medio de difusión de los destinos y las atracciones turísticas. La construcción del imaginario de un destino turístico abarca la imagen del mismo que es la suma de creencias, ideas e impresiones que tiene una persona de un destino (Nielsen, 2002).

La imagen es el reflejo de la imaginación verdadera que tiene el sentido de vislumbrar con cuidado y encantar con osadía. Es lo que se trae de la imaginación y se transforma con la información. Es aquello que cada uno construye y que eventualmente no se altera a partir de la visualización real del objeto imaginado. Es todo lo que se es capaz de visualizar en el inconsciente.

La cultura visual posmoderna en cierta forma impone lo visual enfatizando la mirada, las nuevas percepciones espaciales, temporales y afectivas, a diferencia de la cultura masiva de la década de 1970 en la cual predominaba la comunicación de masas. En la posmodernidad la cultura de la imagen trata de lo imaginario y de la imagen. Lo imaginario es el resultado de una construcción histórica relacionada con los sentimientos, la atmósfera es el aura que acompaña al lugar y determina la existencia de un conjunto de imágenes y la imagen es la construcción visual del observador que la interpreta de forma individual y subjetiva. Se citan como ejemplos las tarjetas postales, diarios y filmes que retratan la realidad de la imagen versus la imagen de la realidad (Gastal, 2005).

En el turismo la imagen está formada por contenidos verbales y no verbales (visual, sonoro) donde los sentimientos alimentan los imaginarios en un determinado tiempo, pues dependen de una imagen previa existente, de la propia imagen que será formada, del tiempo para que el atractivo sea conocido, de la historia del atractivo, de las políticas públicas de promoción, del valor a ser invertido en la imagen y del tipo de público que se desea atraer (Bignami, 2002). Así, el factor fundamental en la construcción de una imagen de calidad es el marketing de los destinos que trabajará directamente a favor de la promoción del lugar y sus características.

Para Bignami (2002) todos los involucrados en el mercado de turismo se interesan por la imagen y en Brasil aún son pocos los estudios que profundizan en la creación y consumo de la imagen. Lo que hay es lo que la prensa dice, divulga y considera real. En este caso, el producto turístico es intangible y pasible de ser vendido por la imagen, y paralelamente posee características tangibles.

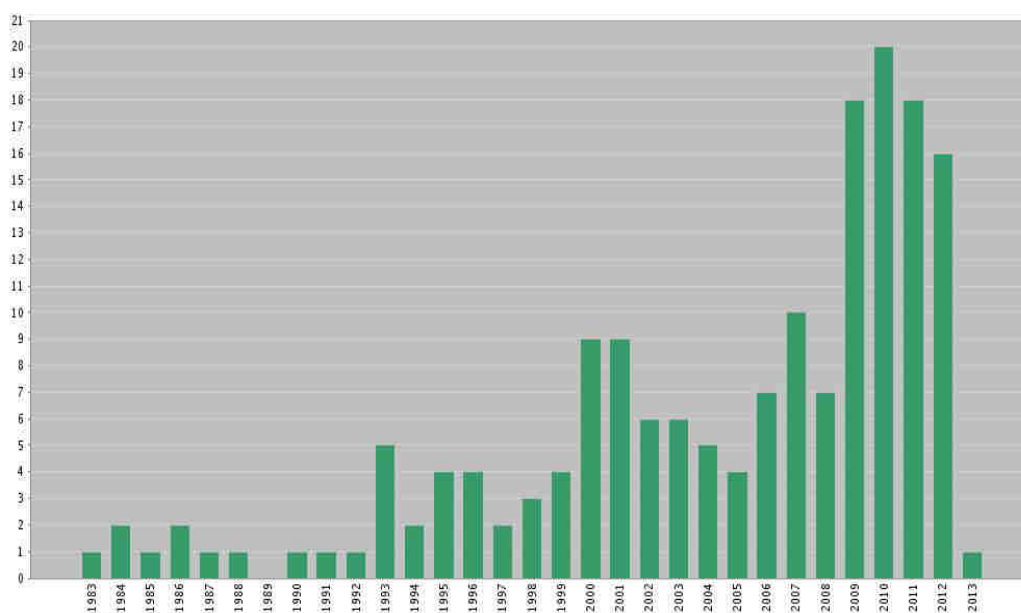
En el turismo la imagen significa permitir que aquello que se sueña, se piensa y se crea de un espacio o territorio tenga veracidad y sea satisfactorio. La misma depende de la creatividad, la iniciativa de los actores locales, la autenticidad de la base identitaria y la acción de los profesionales que actúan directamente en el destino. La imagen depende de cada actor involucrado, de la forma de ver el mundo y de cada cultura que la construye.

RESULTADOS Y DEBATE

La recolección de datos se realizó en el mes de mayo del año 2013 usando la palabra 'souvenir' en la opción tópico del campo de investigación y restringiendo el período de búsqueda a los últimos 20 años. Posteriormente los resultados fueron refinados en cuanto al tipo (sólo *articles and proceeding papers*) y en cuanto a las categorías de investigación (fueron excluidas las áreas relacionadas con la salud y ciencia de la computación por no ser relevantes para el presente estudio).

El total de publicaciones encontradas fue de 176 y, como se observa en la Figura 3, el tema souvenirs ha tenido más preponderancia en los últimos años apareciendo en 20 publicaciones en 2010. Como la búsqueda fue realizada a principios de 2013 había sólo una publicación sobre el tema ese año.

Figura 3: Publicaciones por año en la bibliometría de la palabra *souvenir* durante los últimos 20 años



Fuente: Elaboración propia

El índice h (*h-index*) encontrado fue 13. Dicho índice fue propuesto por Hirsch (2005) y equivale a la cantidad de publicaciones que habrían obtenido un número de citas igual o mayor a su posición en el ranking de los trabajos más citados. En este caso 13 publicaciones poseen 13 o más citas. Entendiendo que hay una correlación entre la cantidad de citas que una publicación posee y su relevancia académica, se elaboró un cuadro con las publicaciones más relevantes sobre la temática souvenirs encontradas en el *Web of Science* (Cuadro 1).

Cuadro 1: Las publicaciones sobre souvenirs del sistema *Web of Science*

	Authors	Title	Abstract/Purpose	Year	Citations
1	Wang, N.	Rethinking authenticity in tourism experience	The paper aims at a conceptual clarification of the meanings of authenticity in tourist experiences. It is suggested that existential authenticity is an alternative source in tourism, regardless of whether the toured objects are authentic.	1999	218
2	Hughes, G.	Authenticity in tourism	Two food campaigns from Scotland are used to review the impact of commodity production and post-modernism on the construction of authenticity.	1995	50
3	Gordon, B.	The Souvenir: Messenger of the Extraordinary	The paper aims to illustrate what motivates people to collect souvenirs and to understand the myriad of souvenirs the author classified them into five distinct categories.	1986	50
4	Littrell, M.A. Anderson, L.F. Brown, P.J.	What makes a craft souvenir authentic?	The purpose of the research was to broaden understanding of souvenir consumption through empirical examination of the concept of authenticity in craft souvenirs.	1993	49
5	Halewood, C. Hannam, K.	Viking heritage tourism - Authenticity and commodification	This article articulates a discussion on how notions of authenticity and commodification are constructed by key participants through the staging of particular types of Viking tourism.	2001	41
6	Kim, S.Y. Littrell, M.A.	Souvenir buying intentions for self versus others	This paper examines what influences tourists who want to purchase souvenirs and who are considering purchases for themselves vs. as gifts for family and friends.	2001	23
7	Anderson, L.F. Littrell, M.A.; Brown, P.	Souvenir-purchase behavior of women tourists	Women tourists were interviewed to see if they fit the liberal or the cultural gender ideology, how they varied in souvenir purchases, and if they bought authentic souvenirs.	1995	22
8	Swanson, K.K. Horridge, P.E.	Travel motivations as souvenir purchase indicators	This article aims to analyze what travel motivations influence the type of souvenir tourists purchase, attributes of the souvenir, and attributes of the store where the souvenir is purchased.	2006	20
9	Asplet, M.; Cooper, M.	Cultural designs in New Zealand souvenir clothing the question of authenticity	This paper discusses the viability of markets for Australasian tourist apparel, and the authenticity of the motifs used when local cultural themes are depicted on clothing.	2000	18
10	Shenhavkeller, S.	The Israeli souvenir Its text and context	This paper examines the souvenirs market in Israeli society, concluding that they reflect social processes, interests, and power relations. For the author, souvenirs perceived as authentic reminders of a particular place are powerful signifiers of ideological meanings.	1993	18
11	Blundell, V.	Aboriginal empowerment and souvenir trade in Canada	This paper considers issues being raised in Canada regarding inexpensive mass-produced souvenirs that depict aboriginal peoples.	1993	15
12	Hu, B. & Yu, H.	Segmentation by craft selection criteria and shopping involvement	This research investigated travelers' shopping-related beliefs and behaviors of craft souvenirs.	2007	13
13	Mossberg, L.	A Marketing Approach to the Tourist Experience	This paper aims to discuss two frameworks about tourist experiences from a marketing point of view. The first one illustrates the co-production of tourism products and the second indicates some important factors influencing tourists' experiences.	2007	13

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en el Cuadro 1 los artículos más citados por el *Web of Science* muestran la relación de los souvenirs con la actividad turística en los destinos como un elemento motivador de compra de los productos que retratan la imagen del lugar visitado. El souvenir es un producto directamente relacionado con la actividad turística, pues el consumo de estos bienes forma parte de la experiencia de muchos turistas, puede ayudar en la promoción de la identidad cultural y cuando son elementos artesanales contribuyen como fuente de ingresos para los artesanos locales.

Wang (1999) demuestra cierta superación de los conceptos de autenticidad de los productos turísticos originarios de la experiencia de los visitantes, pues aunque existan productos no auténticos la

existencia del individuo en el lugar, su visita y el disfrute del paisaje ya componen un producto auténtico en función de la motivación que posee cada turista. Al mismo tiempo, los estudios de Hughes (1995); Littrell, Anderson & Brown (1993); Halewood & Hannam (2001) y Asplet & Cooper (2000) también se refirieron a la autenticidad de los productos ofrecidos a los turistas y tratan la lógica constructivista globalizadora como una complicación de los estudios de la autenticidad.

La autenticidad de un elemento del turismo debe ser contraria a la imagen global, homogeneizada y discriminadora de las fuerzas ideológicas. El significado ideológico de la autenticidad debe ser evaluado de acuerdo con el significado social relativo de un elemento (Hughes, 1995). Para el autor, en el mundo del turismo gran parte del significado simbólico de los elementos fue agotado a través de su estandarización y substituido por fragmentos de signos, donde la valoración turística de recuerdos y herencias está comprendida en los códigos de consumo que se están tornando globales, así como el turismo se convirtió en la mayor industria del mundo.

Al preguntarles a los turistas americanos sobre qué características deben poseer los productos artesanales auténticos, Littrell, Anderson & Brown (1993) buscaron comprobar que los turistas son creadores activos de significados. Para ellos el artesanado debe tener productos auténticos, únicos u originales, exhibiendo cierta apariencia artesanal y mano de obra de alta calidad. Además, deben atender a criterios estéticos en el color y el diseño, ser funcionales y útiles, representar los lazos históricos y culturales producidos con materiales locales, poseer información sobre el productor o artesano y contar con una prueba escrita de autenticidad.

En el contexto de la autenticidad referida en los estudios evidenciados Halewood & Hannam (2001) articulan el debate sobre las nociones de autenticidad y mercantilización construidas por los participantes clave a través de la realización de determinados tipos de turismo vikingo europeo. Concluyen que la negociación de autenticidad no es una opción en un museo pero en el mercado vikingo es casi inevitable y hasta forma parte de la diversión de la experiencia. Para los autores, los organizadores de los eventos y los turistas son extremadamente conscientes de las limitaciones de lo que intentan alcanzar y las restricciones en relación a la autenticidad y mercantilización.

Asplet & Cooper (2000) también se refieren a la autenticidad al abordar la viabilidad de los mercados de vestuarios para el uso turístico australiano donde las temáticas locales son retratadas en las prendas. A pesar de que la investigación revela que hay un importante nicho de mercado en la producción de textiles con motivos culturales locales destinados a los turistas, se observa que la autenticidad de la mercadería cultural es trascendente. El deseo de autenticidad fue importante para la decisión de compra en el mercado turístico de Nueva Zelandia, implicando el compromiso de los fabricantes para producir y comercializar el vestuario preocupándose por garantizar la autenticidad.

Un segundo eje de investigación apuntado por el *Web of Science* revela las principales motivaciones de los turistas para adquirir souvenirs (presente, juguete infantil o simple objeto). Lo que

importa según Gordon (1986) es que el souvenir es un fenómeno de la vida contemporánea que impacta en la sociedad de forma económica, psicológica y antropológica. Kim & Littrell (2001) estudiaron qué actitud podría influenciar la compra de souvenirs por parte de las turistas que llegaban a México. Mientras que Anderson, Littrell & Brown (1995) analizaron el comportamiento femenino en la compra de souvenirs y buscaron investigar si las turistas de tercera y mediana edad eran de tipo liberal o procuraban cultura y autenticidad a la hora de comprar. En ambos casos la autenticidad fue una característica trascendente de los recuerdos comprados. El estudio de Swanson & Horridge (2006) buscó analizar qué motivaciones de viaje podían influenciar en el tipo de recuerdos que compraban los turistas, en los atributos del souvenir y en los atributos de la tienda donde éste era comprado. Para los autores, las motivaciones de viaje influyen en la elección de los productos, sus atributos y los de la tienda.

El tercer eje extraído de la investigación revela que el mercado de souvenirs es el resultado de un conjunto de comportamientos e intereses que pueden demostrar determinada ideología política, religiosa o incluso de mercado competitivo. Para Shenhav-keller (1993) el mercado de souvenirs en la sociedad israelí es un ejemplo de los procesos sociales, intereses y relaciones de poder, principalmente cuando son auténticos de un determinado lugar y dotados de significado ideológico. Para el autor el souvenir es importante no sólo como un elemento cultural, sino también como una herramienta analítica para comprender los procesos sociales complejos que puede revelar la trama política y social. Por otro lado, el comportamiento mercadológico que tiende a estandarizar productos y consumidores, también es una preocupación en el mercado de souvenirs.

Blundell (1993) cuestiona la producción de souvenirs en masa y de bajo costo en Canadá con retratos de pueblos indígenas que violan la ley de propiedad intelectual. El estado canadiense ha respondido a estas críticas de forma contradictoria con políticas de desarrollo económico para aborígenes que han entrado en tensión con las políticas de promoción del turismo cultural. Blundell (1993) dice que el debate sobre souvenirs está relacionado con la lucha de los pueblos indígenas por mantener sus culturas y transformar su relación con el estado. Sin embargo al abordar los criterios de elección de compras o de marketing, los dos últimos estudios analizan las compras y los comportamientos en relación a los souvenirs artesanales. Para Hu & Yu (2007) los resultados de su análisis demostraron que los criterios de selección usados por los turistas para comprar artesanías son multidimensionales. Eligen entre un amplio espectro de artesanías en base a la valoración sensual, la relación cultural y la facilidad de transporte.

Para Mossberg (2007) el uso del marketing para la experiencia turística traza dos marcos distintos. Por un lado hay una coproducción de productos turísticos surgidos de la creatividad del sector y por otro lado hay factores importantes que influyen en las experiencias de los turistas. Mientras que los souvenirs como productos que buscan mantener la autenticidad de la cultura local tienen en el turismo un gran aliado de consumo simbólico, de experiencia y de representatividad del

destino visitado; que necesita evitar la tendencia homogeneizadora que impone la globalización de los mercados.

Es pertinente una triangulación entre el souvenir artesanal, la imagen y el turismo, logrando una integración heterogénea de saberes, cultura y oportunidades surgidas de la creatividad de los que producen el souvenir artesanal y consiguen el consumo simbólico del lugar visitado.

A pesar de la tendencia homogeneizadora que se instaló a partir del contexto de la globalización en la década de 1990 en América Latina, Featherstone (1996) ve lo simbólico en un espacio geográfico delimitado y sedimentado con el poder emocional suficiente para generar el sentido de comunidad, localidad y cambios de intereses. Así, el autor trata el momento contemporáneo como un abanico de material simbólico con diversas identidades formadas y reformadas en situaciones diferentes y no homogéneas.

Para la mirada del turismo posmoderno, articulado y de interacción social eso significa que el souvenir artesanal permite la articulación entre los actores locales a favor de una nueva posibilidad de organización y planificación de la actividad, significativamente capaz de movilizar el desarrollo del turismo y tornar híbrida la dinámica entre los actores, los atractivos y la comunidad local. Siempre en busca de novedades y curiosidades de la cultura local. Esto permitirá que la cultura local sea fortalecida en cada nueva temporada de visitantes en el destino, evitando la pérdida del atractivo de los productos y del interés de los visitantes por la uniformidad y homogeneidad.

El souvenir artesanal puede servir para que las comunidades futuras encuentren en sus culturas, costumbres y hábitos, un producto simbólico que las identifique y fortalezca como comunidad respetada por su modo de vida. Es capaz de producir nuevas alternativas de trabajo e ingreso y de agregar valor. El souvenir recupera los valores y diferencias que identifican a un pueblo y puede servir como una fuente económica alternativa para las comunidades con escasos recursos productivos.

Para el visitante un souvenir es capaz de despertar el interés, la voluntad y la curiosidad de ver lo que está más allá de su representación simbólica, la expresión cultural, la forma representativa del saber, haciendo que se manifieste la industria turística (sea por el desplazamiento hasta el lugar de producción del souvenir o por la motivación a decidir viajar).

CONSIDERACIONES FINALES

El producto turístico es un indicador capaz de contribuir con los proyectos de desarrollo de los destinos que eligen al artesanado como alternativa de promoción de su imagen, una vez que sincronizan diferentes aspectos del ambiente a favor de un consumo que depende de los turistas. El escenario de consolidación de souvenirs requiere apoyo e involucramiento por parte de los actores

locales, además de políticas públicas que valoren el reconocimiento de la producción artesanal diferenciada y de alta calidad posibilitando a los artesanos competir en el sector de productos turísticos.

Se necesitan aportes calificados para lograr la articulación intermunicipal capaz de diagnosticar oportunidades y obstáculos existentes para el mercado artesanal en el territorio, con la intención de formular un plan de desarrollo y gobernanza territorial. Atacar los cuellos de botella que impiden una sinergia positiva entre los actores puede partir de iniciativas empresariales, cooperativas y de asociaciones que apoyan los productos de base identitaria territorial, comercializándolos o publicitándolos en sus establecimientos o durante la participación en eventos de negocios.

Las investigaciones científicas publicadas en relación a los souvenirs en diferentes países, muestran que la valoración del producto souvenir pasa a través de la oferta de productos a los turistas que durante los desplazamientos optan por llevar la imagen del lugar visitado al comprar productos auténticos para ellos, amigos y familiares. Incentivar la autenticidad de los souvenirs ofrecidos es valorar la cultura y el hacer local, y por diferentes motivos son producidos en un acto de gentileza y simbología para quienes buscan un destino de viaje diferente de su entorno habitual.

El estudio muestra la creciente demanda de productos locales auténticos, donde el souvenir artesanal en pleno movimiento global se posiciona como producto de valor social, cultural y de oportunidad para mejorar el ingreso. La promoción de la imagen del lugar turístico a través del souvenir artesanal se vale de la dinámica del consumo turístico y es capaz de despertar el interés de los visitantes que aún no se desplazaron al destino pero que recibieron una muestra de lo que existe en el mismo.

En esta perspectiva la representación simbólica del lugar visitado puede despertar en la memoria recuerdos de una tradición o del modo de vida de un pueblo y compartirlo con otras miradas y saberes, sirviendo como reconocimiento y respeto a otras culturas tan importantes como la cultura de quien los visitó. En el desarrollo de los destinos turísticos la cultura continuará siendo la vidriera de los viajes y significativamente el souvenir artesanal es el producto que comparte con los visitantes la imagen simbólica identitaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abramovay, R.** (1998) "Bases para a formulação da política Brasileira de desenvolvimento rural: agricultura familiar e desenvolvimento territorial". IPEA, Brasília
- Anderson, L. F.; Littrell, M. A. & Brown, P.** (1995) "Souvenir-purchase behavior of women tourists". *Annals of Tourism Research* 22(2):328-348
- Asplet, M. & Cooper, M.** (2000) "Cultural designs in New Zealand souvenir clothing the question of authenticity". *Tourism Management* 21(3): 307-312
- Ballart, J.** (1997) "El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso". Ariel, Barcelona
- Barroso, E.** (2011) "Cultura material brasileira e a valorização dos produtos singulares". Disponível em <http://eduardobarroso.blogspot.com.br/2011/01/cultura-material-brasileira-e.html>. Acesso em 24/05/2012
- Bichos do Mar de Dentro** (2011) Disponível em <http://www.bichosmardedentro.com.br/Associacao>. Acesso em 10 out. 2012
- Bignami, R.** (2002) "A imagem do Brasil no turismo". Aleph, São Paulo
- Blundell, V.** (1993) "Aboriginal empowerment and souvenir trade in Canada". *Annals of Tourism Research* 20(1):64-87
- Borges, A.** (2003) "Designer não é personal trainer: e outros escritos". Edições Rosari, São Paulo
- Borges, A.** (2011) "Design + artesanato: o caminho brasileiro". Terceiro Nome, São Paulo
- Ceretta, C. C.** (2005) "A composição do gasto turístico nos municípios de Canela e Gramado, Rio Grande do Sul/RS". Dissertação de Mestrado, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul
- Featherstone, M.** (1996) "Localismo, globalismo e identidade cultural". *Sociedade e Estado* 11(1): 9-42
- Froehlich, J. M. & Alves, H. F. I.** (2007) "Novas identidades, novos territórios: Mobilizando os recursos culturais para o desenvolvimento territorial". *Revista Extensão Rural* (14): 65-90
- Garfield, E.** (1963) "Science Citation Index". Disponível em: <http://garfield.library.upenn.edu/papers/80.pdf>. Acesso em 27/11/2011
- Gastal, S.** (2005) "Turismo, imagens e imaginários". Aleph, São Paulo
- Giddens, A.** (2002) "Modernidade e identidade". Jorge Zahar Ed., Rio de Janeiro
- Gordon, B.** (1986) "The Souvenir: Messenger of the Extraordinary". *Journal of popular culture* 3(20): 135-146
- Halewood, C. & Hannam, K.** (2001) "Viking heritage tourism - Authenticity and commodification". *Annals of Tourism Research* 28(3): 565-580
- Harvey, D.** (1992) "Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural". Loyola, São Paulo
- Hirsch, J. E.** (2005) "An index to quantify an individual's scientific research output". *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)* 102(46): 16569-16572
- Hu, B. & Yu, H.** (2007) "Segmentation by craft selection criteria and shopping involvement". *Tourism Management* 28(4): 1079-1092
- Hughes, G.** (1995) "Authenticity in tourism". *Annals of Tourism Research* 22(4):781-803

- Kim, S. Y. & Littrell, M. A.** (2001) "Souvenir buying intentions for self versus others". *Annals of Tourism Research* 28(3): 638–657
- Krucken, L.** (2009) "Design e território: valorização de identidades e produtos locais". Studio Nobel, São Paulo
- Lages, V.; Braga, C. & Morelli, G.** (2004) "Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégias de inserção competitiva". SEBRAE, Relume Dumará, Rio de Janeiro
- Littrell, M. A.; Anderson, L. F. & Brown, P. J.** (1993) "What makes a craft souvenir authentic?" *Annals of Tourism Research* 20(1): 197-215
- Mossberg, L.** (2007) "A marketing approach to the tourist experience". *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 7(1): 59-74
- Nardi, O. & Miorin, V. M. F.** (2006) "Valorização territorial da ruralidade da Quarta Colônia de Imigração Italiana no RS". *Anais do II Encontro de Grupos de Pesquisa, Uberlândia*
- Nielsen, C.** (2002) "Turismo e mídia: o papel da comunicação na atividade turística". Contexto, São Paulo
- Ortiz, R.** (2009) "Globalização: notas sobre um debate". *Sociedade e Estado* 24(1): 231-254
- Redeiras** (2011) "Coleção Redeiras – Quem somos". Disponível em <http://www.redeiras.com.br>
Acesso em 15/08/2012
- Sen, A.** (2000) "Desenvolvimento como liberdade". Companhia das Letras, São Paulo
- Shenhav-keller, S.** (1993) "The Israeli souvenir Its text and context". *Annals of Tourism Research* 20(1): 182-196
- Silveira, M. A. T. D.** (2005) "Turismo e estratégias de desenvolvimento local". *Interações – Revista Internacional de Desenvolvimento Local* 7(11): 129-139
- Swanson, K. K. & Horridge, P. E.** (2006) "Travel motivations as souvenir purchase indicators." *Tourism Management* 27(4): 671–683
- Thomson Reuters** (2011) "Web of Science". Disponível em: http://thomsonreuters.com/products_services/science/science_products/a-z/web_of_science. Acesso em 04/01/2012
- Velter, A. N.; Battistella, L. F.; Grohmann, M. Z. & Carpes, A. de M.** (2010) "O estudo da sustentabilidade na administração: um levantamento dos "hot topics" publicados na última década". *Anais do XIII SemeAd*, São Paulo
- Wang, N.** (1999) "Rethinking authenticity in tourism experience". *Annals of Tourism Research* 26(2): 349-370
- Wiskerke, J. & Ploeg, J. D. van der** (2004) "Seed of transition. Essays on novelty production, niches and regimes in agriculture". Royal Van Gorcum, Assen

Recibido el 07 de febrero de 2014

Reenviado el 11 de mayo de 2014

Aceptado el 27 de mayo de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

FACTORES DE ATRACTIVIDAD Y CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL DESTINO PIPA - BRASIL

Domingos Fernandes Campos*
Universidade Potiguar - Natal, Brasil
Dalila Nathalia Bezerra Maia**
Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia - Natal, Brasil

Resumen: El objetivo del presente estudio es evaluar los factores de atractividad y la calidad de los servicios en el destino turístico Pipa (Brasil). En base a 28 atributos del servicio se establecieron las expectativas y se evaluó el desempeño con 760 turistas. Mediante la construcción de una matriz de oportunidades fue posible confrontar los niveles de importancia y las brechas de calidad observadas e indicar las acciones prioritarias que deberían realizar los gestores públicos y privados. La necesidad de mejorar el servicio sin dudas recayó sobre los atributos seguridad; relación calidad/precio en hospedaje, restaurantes y bares; limpieza y disponibilidad de servicios y equipamientos de salud.

PALABRAS CLAVE: calidad de los servicios, destinos turísticos, matriz importancia-desempeño.

Abstract: Attractiveness and Quality Factors in the Tourism Services of the Pipa (Brazil) Destination. This study aims to evaluate the attractiveness and quality factors at the tourism services provided by Pipa/Brazil destination. Based on 28 services attributes, the expectations and the evaluation of 760 tourists have been collected. By designing an importance-performance matrix, it has been possible to face the importance levels and the observed quality lacks in order to point out the precedent actions for public and private managers. The improving needs concerning to the service have been related to the following attributes: security, relation quality/price at different lodgings, restaurants and bars, cleaning and availability of health services and equipment.

KEY WORDS: service quality, tourist destinations, importance-performance matrix.

INTRODUCCIÓN

El sector de servicios tiene un rol destacado en la economía mundial y la satisfacción del consumidor ha sido buscada por las empresas que quieren sobrevivir en un espacio de alta competencia. La satisfacción del cliente es una respuesta al producto o servicio ofrecido, del cual juzga el valor de las características de lo que recibió. El sector turístico, formado esencialmente por servicios, es uno de los que más ha crecido en la actualidad y se compone de varios subsectores

* Doctor en Ingeniería de Producción por la Universidad Politécnica de Madrid, España. Se desempeña como Profesor de Operaciones y Gestión de la Cadena de Suministros en la Universidad Potiguar - UnP, Natal, Brasil; y como Consultor Senior en Empresas de Manufactura y Logística (Natal, Brasil). E-mail: e-mail: domingos_campos@uol.com.br domingoslogistica@gmail.com

** Maestría en Administración por la Universidad Potiguar, Natal, Brasil. Se desempeña como Administradora del Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de Rio Grande do Norte, Natal, Brasil. E-mail: dalila_nath@hotmail.com

interdependientes como transporte, alimentación, ocio, recreación y hospedaje, siendo este último la “espina dorsal” del sistema turístico (Campos & Marodin, 2013).

El turismo es reconocido en Brasil como un factor considerable para el desarrollo económico y social. Sus dimensiones y diversidades del territorio resultan en una extensa oferta de destinos turísticos y, a pesar de las crisis económicas de 2009 y 2011, el sector se ha adaptado buscando nuevos mercados. El turismo doméstico impulsado por el aumento del ingreso medio de la población, el consumo familiar y la emergencia de una nueva clase media en Brasil constituyen una oportunidad sin igual para fortalecer el sector (Brasil, 2011). El Estado de Rio Grande do Norte (RN) recibe aproximadamente 2,5 millones de turistas al año y el sector genera cerca de 120 mil empleos. Reconocido por sus bellezas naturales el estado es uno de los principales destinos turísticos de Brasil. El desarrollo de la actividad comenzó en su capital (Natal) y hoy está presente en diversos municipios, destacándose Tibau do Sul. Según el gobierno estadual este escenario fue construido con inversiones conjuntas del poder público y el sector privado por medio de la construcción de accesos y mejoras en las ciudades y en los hoteles, posadas y restaurantes de las localidades turísticas (Rio Grande do Norte, 2012).

Así, resulta necesario percibir que la esencia del turismo no está sólo en sus impactos sobre la economía de una región en particular sino también en el impacto colectivo del ambiente y la sociedad sobre el potencial de turistas que visitarán el área (Toro, Muñoz & Moreno, 2010). El estudio de la atraktividad de los destinos turísticos ha sido explorado por varios autores con diferentes perspectivas. Tang & Rochananond (1990) estudiaron la atraktividad de un destino turístico en base al análisis de sus atributos. Hu & Ritchie (1993) se basaron en la creencia y las opiniones de los visitantes sobre el destino. Beerli & Martín (2004) y Chi & Qu (2008) aplicaron a la imagen de un destino el análisis de la diferencia entre la expectativa y el nivel de satisfacción de los visitantes en diferentes atributos.

La fuerte competencia nacional e internacional entre los destinos turísticos enfatiza el concepto de calidad de servicios como factor crítico en la elección de un destino turístico. Es vital conocer lo que es atractivo para los turistas. Es necesario comprender cómo las relaciones entre el producto turístico, las percepciones de calidad y los valores son generadas por los visitantes para que se elaboren acciones a favor de un alto nivel de satisfacción, considerando que un turista satisfecho tiende a volver al destino y cuenta su experiencia positiva a amigos y familiares (Pavlic, Perucic & Portolan, 2011; Murphy, Pritchard & Smith, 2000). De esa forma, para atraer y retener visitantes el sector turístico (público y privado) debe priorizar la calidad de los servicios (Kandampully, 2000; Narayan *et al.*, 2009).

La Playa de Pipa, localizada en el municipio de Tibau do Sul en Rio Grande do Norte (Brasil), despuntó como un destino reconocido tanto en el ámbito nacional como internacional atrayendo inversiones y personas de diversas nacionalidades (Vidal, 2010). El municipio dispone de más de

5.000 camas distribuidas en hoteles, posadas y albergues con una capacidad para recibir a 5.174 huéspedes por día. El 85% de las mismas se ubica en la Playa de Pipa (IBGE, 2011). En sus 15 kilómetros la playa ofrece a los turistas aproximadamente 150 opciones de bares y restaurantes con gastronomía de diversas partes del mundo. Anualmente, recibe cerca de 500 mil turistas (Secretaria do Turismo de Tibau do Sul, 2012). A la Playa de Pipa se accede por un camino asfaltado y se ubica a 80 km. de Natal, capital del Estado de Rio Grande do Norte (Figura 1).

Figura 1: Mapa de localización de la Playa de Pipa



Fuente: www.roteirosdobrasil.tur.br

Las preguntas básicas de investigación están relacionadas con la identificación de los principales factores de atraktividad y las brechas de calidad del servicio turístico que pueden afectar la competitividad del destino. El presente artículo tiene como objetivo evaluar los factores de atraktividad y la calidad de los servicios en el destino turístico Pipa (Brasil) identificando las principales expectativas de los clientes y estableciendo una matriz de oportunidades para su desarrollo. El modelo de las brechas de Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) fue utilizado en la evaluación de la calidad de los servicios del destino turístico.

MARCO TEÓRICO

Destinos turísticos

Los destinos son los elementos centrales del sistema de turismo. La concepción de destino ha sido explorada por varios autores a partir de diferentes perspectivas. Para algunos, un destino posee elementos territoriales, aspectos personales y económicos que atraen y reciben turistas, transformándose en un producto turístico. Otro grupo de autores adoptan un concepto holístico, el cual define a un destino turístico por medio del análisis de la integración de un gran número de agentes, organizaciones, redes, personas y grupos (Toro, Muñoz & Moreno, 2010). Para Um & Crompton (1990) el proceso de elección de destinos turísticos fue definido a partir de cuatro perspectivas diferentes. Un proceso cognitivo que involucra la percepción de los estímulos y las

necesidades evaluando las alternativas y si las expectativas fueron cumplidas. Una acción determinada por la actitud y la influencia de los grupos sociales. Una elección que maximiza la utilidad de la estadía. Y, la última, la participación en el ocio que ofrezca una experiencia ideal.

Kozak (2002) los clasifica en primarios (clima, cultura, ecología y arquitectura) y secundarios (hoteles, transporte y estructuras derivadas). Murphy, Pritchard & Smith (2000) indican que la percepción de la calidad del destino deriva directamente de los servicios que los turistas reciben durante sus estadías y que la misma es afectada tanto por el ambiente como por la infraestructura de servicios del destino. Los turistas también hacen comparaciones entre los atributos, las atracciones y la calidad del servicio entre los diferentes destinos, y así estiman el valor de cierto destino individualmente (Kozak & Remington, 1999).

La competitividad del destino es un concepto general que engloba precios, movimientos de la tasa de cambio, productividad de varios componentes de la industria turística y factores cualitativos que reflejan la atractividad de un destino (Dwyer, Forsyth & Rao, 2000). Es necesario comprender cómo las relaciones entre el producto turístico y las percepciones de calidad y valores generados por parte de los visitantes, influyen en el ambiente competitivo. La creciente competitividad entre los destinos turísticos aumenta el rol de las actividades de marketing que deben favorecer el aumento del nivel de satisfacción ya que un turista satisfecho tiende a volver al destino y a hacer una difusión positiva “boca a boca” (Pavlic, Perucic & Portolan, 2011; Murphy, Pritchard & Smith, 2000).

La familiaridad con un lugar también puede ser decisiva en la elección de un destino e involucra factores como distancia geográfica, experiencia de visitas anteriores y nivel de conocimiento general sobre el destino (Hsu, Tsai & Wu, 2009). La imagen de un destino turístico también es una variable de este sector. Para Um & Crompton (1990) la imagen es una construcción holística derivada de actitudes en relación a los atributos percibidos del destino de turismo. Chi & Qu (2008) indican que una imagen favorable lleva a una mayor probabilidad de retorno al destino. Para resumir se puede establecer una secuencia: imagen de destino - satisfacción del turista – lealtad al destino. Así, la imagen del destino es un antecedente de la satisfacción y la satisfacción ejerce una influencia positiva en la lealtad al destino.

Estudios empíricos sobre la calidad de los servicios turísticos

Hu & Ritchie (1993) analizaron dos tipos diferentes de experiencias de vacaciones: una volcada a la educación y otra a la diversión. Los resultados demuestran que la importancia de los atributos de los destinos varía significativamente con el contexto de la experiencia de vacaciones. También se descubrió que los atributos negativos de un potencial destino son más aceptables para cierto tipo de vacaciones (educativa) que para otro (diversión). Esto indica que ciertas dimensiones de atractividad de un destino pueden ser percibidas de una forma diferente dependiendo del contexto en que se haya tomado la decisión.

El estudio de Toro, Muñoz & Moreno (2010) realizado en España destacó un grupo de factores de mayor importancia en los servicios ofrecidos por un destino turístico: calidad de los servicios del hotel, clima, belleza del paisaje y simpatía de los empleados con los clientes. Se observó que la sobrepoblación suele ser la mayor adversidad.

Barros (2008) estudió la satisfacción con la calidad de los servicios en la fidelización de los destinos turísticos de Cabo Verde. Concluyó en que el precio, las condiciones naturales, las atracciones y la recreación fueron los factores que más influyen en la imagen de Cabo Verde. El agua de mar limpia y cristalina, la hospitalidad de la población y la apariencia y simpatía de los empleados fueron las características destacadas por los turistas. La imagen del destino y la calidad del servicio prestado, analizadas aisladamente, influyeron positivamente en la satisfacción y fidelización.

Cardoso (2011) evaluó la calidad del destino Figueira da Foz en Portugal. La investigación indicó como factores en los cuales el destino tiene mejor desempeño la oferta de juego (casino), los paisajes naturales, la hospitalidad, la gastronomía y las playas no superpobladas. La evaluación indicó que la calidad de determinados atributos influye positivamente en la calidad total del destino y que la satisfacción de los turistas influye positivamente en la fidelización.

Bajs (2010) realizó entrevistas en profundidad con 20 personas con características sociodemográficas diferentes. Para los entrevistados los atributos más relevantes que pueden afectar la evaluación de los turistas son clasificados en: calidad de la infraestructura de servicios (hoteles, restaurantes entretenimiento, información turística y transporte), hospitalidad de los residentes y experiencias emocionales relacionadas con divertirse, descansar y sentirse seguro. El análisis de los entrevistados indicó que los problemas sociales y los atributos de reputación no son relevantes para la percepción de los turistas, seguidos de la calidad de las compras. Además, el tamaño del destino, los precios de los souvenirs y presentes y el costo del transporte local fueron considerados atributos de menor importancia.

Pizam, Neumann & Reichel (1978) analizaron la satisfacción de los turistas de Cape Cod en Massachusetts (Estados Unidos). Los autores identificaron los siguientes factores de satisfacción en el área turística estudiada: oportunidad de ir a la playa, costo, hospitalidad, facilidad para comer y beber, instalaciones de los alojamientos, ambiente y extensión de comercialización.

El estudio de Kozak (2002) comparó la satisfacción de los visitantes de dos nacionalidades en Turquía. Se entrevistaron 1.872 turistas británicos y alemanes. El análisis de los componentes principales produjo ocho factores: servicios de alojamiento, servicios de transporte local, higiene y limpieza, hospitalidad y atención al cliente, instalaciones y actividades, nivel de precios, comunicación y lenguaje en el destino y servicios aeroportuarios.

En el estudio de Hsu, Tsai & Wu (2009) realizado en Taiwán se identificaron los factores que influyen en la elección del destino y se evaluaron las preferencias de los turistas por los mismos. Los resultados indicaron que la visita a amigos/parientes y la seguridad personal fueron los factores más importantes para los turistas. El precio fue el menos importante. Wu, Zhang & Fujiwara (2011) también analizaron el proceso de elección de los destinos turísticos. Los datos fueron recolectados en 29 destinos turísticos de Japón. Utilizaron siete atributos sociodemográficos y relacionados al viaje. Los resultados revelaron que los factores que más influyen en las elecciones fueron tiempo de viaje, atractividad del destino y número de puntos turísticos. Los factores como género, edad y estado civil también presentaron efectos notables sobre la elección del destino de viaje.

Dey & Sarma (2010) estudiaron el uso de las fuentes de información en la elección de destinos turísticos en el nordeste de India. Para cumplir los objetivos del estudio se elaboró un cuestionario a partir de dos preguntas. Una relacionada con las motivaciones del viaje y otra en relación a las fuentes de información. Los resultados indicaron que la información obtenida a través de amigos/parientes/colegas es la que más influye a los entrevistados. Fakeye & Crompton (1992) analizaron las diferencias de motivación para volver a visitar o visitar por primera vez el destino turístico Rio Grande Valley en Texas (Estados Unidos). Para los que se dirigían por primera vez a ese destino las motivaciones principales eran el deseo de huir del clima frío del invierno del Medio Oeste y satisfacer la curiosidad. Para quienes volvían a visitar el destino las motivaciones se centraban en el círculo social de amigos.

Beerli & Martín (2004) hicieron un análisis cuantitativo sobre las características de los turistas y la imagen percibida de los visitantes de Lanzarote en España. El estudio identificó la influencia de las características de los turistas o factores personales sobre los diferentes componentes de la imagen percibida en el destino turístico. Los resultados indicaron que las motivaciones influyen el componente afectivo de la imagen: la experiencia de viajar en vacaciones tiene una relación significativa con las imágenes cognitivas y afectivas. Las características sociodemográficas también influyen a la evaluación cognitiva y afectiva de la imagen de un destino turístico. Chi & Qu (2008) estudiaron las relaciones estructurales entre imagen, satisfacción y fidelidad de un destino turístico en el estado de Arkansas (Estados Unidos). Los resultados apoyaron la propuesta del modelo de lealtad al destino. La imagen del destino es directamente influida por la satisfacción de los atributos. La imagen de un destino y la satisfacción de los atributos son antecedentes directos de la satisfacción global y la satisfacción global y la satisfacción del atributo tienen un impacto directo y positivo en la lealtad al destino.

El estudio de Cracolici & Nijkamp (2008) evaluó la competitividad de las regiones turísticas de Italia en base al análisis de las percepciones de los turistas y concluyó en que la información; los servicios turísticos; los eventos culturales; la calidad y variedad de los productos en las tiendas; los hoteles; los precios y la seguridad fueron los factores más significativos. Los factores de la oferta turística (recepción y simpatía de los pobladores locales, ciudades artísticas y culturales, paisaje,

ambiente y naturaleza) en términos de ventaja comparativa tuvieron un menor efecto sobre la evaluación de los visitantes.

Enright & Newton (2004) estudiaron en Hong Kong los factores asociados a la competitividad de los destinos turísticos. Los participantes fueron invitados a clasificar los atributos en relación a la importancia y a la competitividad relativa de la ciudad. Seguridad, cocina, vida nocturna y atractivo visual fueron los atributos con más importancia y mayor contribución a la competitividad del destino. En el análisis de Kozak & Rimmington (1999) se destacó la competitividad del destino turístico Turquía según los turistas británicos. De acuerdo con la investigación los atributos que contribuyen a la competitividad de Turquía son hospitalidad, valor del dinero, clima, seguridad, transporte local y ambiente natural.

Rodrigues (2010) realizó un análisis comparativo de la competitividad de los destinos turísticos de Algarve en contraste con el sur de España. Se llevó a cabo un estudio cuantitativo por medio del análisis de los datos disponibles en los organismos oficiales de los países de Portugal y España. El estudio se basó en el modelo compuesto por siete variables divididas en 23 indicadores. Las variables que más contribuyeron a diferenciar un destino fueron patrimonio cultural e infraestructura. Las variables menos diferenciadoras del desempeño competitivo de un destino fueron precio y competitividad social.

Tang & Rochananon (1990) entrevistaron a 339 turistas en Tailandia con el objetivo de identificar y cuantificar los factores que hacían más atractivo para los turistas a un país en base a atributos como belleza natural y clima, características de la cultura y lo social, deporte, recreación y educación, establecimientos comerciales, infraestructura del país, costo de vida, actitudes para con los turistas y accesibilidad del país. Para el estudio se seleccionaron 32 países. Estados Unidos, Tailandia, Suiza, Australia y Austria fueron clasificados entre los 10 mejores por los entrevistados. Mientras que China, India, Egipto, Hong Kong, Yugoslavia y Filipinas fueron los países con menores notas en relación a su atractivo turístico. Los resultados también indicaron que la belleza natural y las características de clima, cultura y sociedad, costo de vida y hospitalidad fueron considerados factores importantes por todos los grupos de entrevistados al elegir un destino turístico. Por otro lado, la accesibilidad del país y sus establecimientos comerciales fueron considerados menos importantes.

Calidad de servicios

Para Grönroos (1984) la calidad percibida de un servicio es el resultado de un proceso de evaluación en el que el consumidor compara sus expectativas con el servicio que recibió, o sea que contrapone el servicio percibido y el servicio esperado. El resultado de ese proceso sería la calidad del servicio percibida. La calidad de un servicio percibida por los clientes tiene dos dimensiones: una técnica o de resultado y una funcional o relacionada con el proceso. El autor también establece la imagen corporativa como una dimensión de calidad en función de qué y cómo se realizó el servicio.

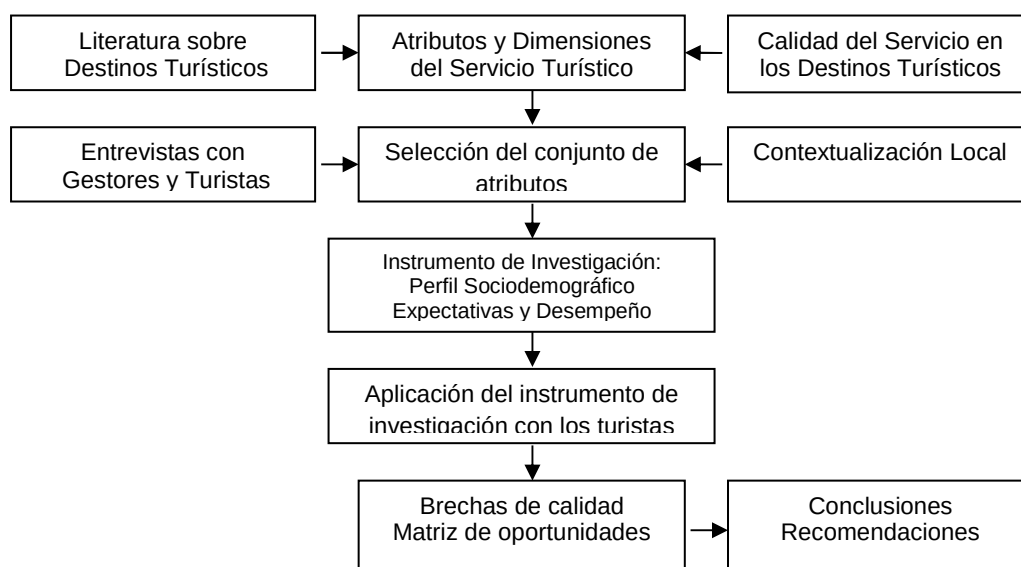
En 1982 el autor introdujo un abordaje de calidad orientado al servicio con el concepto de calidad percibida del servicio y el modelo de calidad total percibida del servicio. Este abordaje se basó en un estudio sobre el comportamiento del consumidor y los efectos de las expectativas relativas al desempeño de los bienes en evaluaciones posconsumo. El abordaje de la calidad percibida del servicio con su “constructo de desconfirmación” aún constituye el fundamento de la mayoría de las investigaciones sobre calidad de servicios.

Otros autores (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) ampliaron el debate sobre la calidad de servicios y presentaron el modelo de gaps de calidad en el cual se crean las bases de un modelo que resume la naturaleza de la calidad de los servicios tal como es percibida por los consumidores. El modelo permite comprender el proceso por el cual los clientes crean sus expectativas en relación al desempeño de los proveedores. De igual modo es posible verificar que es común que existan brechas (gaps) y que cabe a los proveedores del servicio superar esos obstáculos para proporcionar una mejor atención al cliente.

METODOLOGÍA

Se realizó un estudio de caso con relevamientos preliminares acerca del contexto local y entrevistas semiestructuradas con los gestores y los turistas, volcadas a comprender las especificidades del destino turístico. El esquema metodológico se presenta en la Figura 2. En base a los estudios empíricos se relevaron 664 atributos de la calidad del servicio en los destinos turísticos, los cuales pasaron por un análisis criterioso con la finalidad de remover distorsiones, ambigüedades o determinantes repetidos, permitiendo una mayor precisión y claridad de los atributos. Se utilizaron los criterios completitud, yuxtaposición, similitud, contenido continente, consistencia, precisión, especificidad, claridad y representatividad para seleccionar y refinar los atributos. Mediante estos criterios fue posible preseleccionar 51 atributos de la calidad del servicio en los destinos turísticos para ser utilizados en la presente investigación.

Figura 2: Esquema metodológico de la investigación



Para la elección definitiva de los atributos fue necesaria la adecuación al contexto local de la investigación. De ese modo, se realizaron entrevistas con elementos de la industria del turismo en Pipa (Brasil). Se entrevistaron 10 prestadores de servicios, 10 gerentes de restaurantes, 10 gerentes de hospedajes, 10 comerciantes y 10 turistas. En esta etapa se recolectaron 21 atributos que fueron confrontados con los 51 atributos oriundos de la revisión de la literatura. Al final se seleccionaron 28 atributos para componer el instrumento de investigación. El Cuadro 1 apunta los 28 atributos utilizados y sus respectivas definiciones.

Cuadro 1: Conjunto de atributos utilizados en la investigación

Descripción de los atributos
1. <i>Accesibilidad</i> : señalización en los caminos, disponibilidad de medios de transporte para llegar al lugar, distancia del aeropuerto/autovía/puerto.
2. <i>Acceso a las atracciones turísticas</i> : facilidad de desplazamiento, transporte, señalización de las atracciones.
3. <i>Seguridad local</i> : policía, sensación de seguridad al andar por las calles, índice de criminalidad.
4. <i>Disponibilidad de servicios y equipamientos de salud</i> : conjunto de establecimientos destinados a prestar servicios preventivos/asistencia del área de salud, puestos de salud, hospitales, ambulancias, farmacias, clínicas.
5. <i>Sistema de comunicación</i> : conjunto de medios disponibles para ser utilizados por la población residente y los visitantes como señal de telefonía móvil y fija, acceso a internet, correos.
6. <i>Disponibilidad de hoteles, restaurantes y entretenimiento</i> .
7. <i>Agradabilidad del clima</i> : condiciones meteorológicas - temperatura, presión, vientos, humedad y lluvias.
8. <i>Tranquilidad y calma en el lugar</i> : Disponibilidad de ambientes volcados al descanso.
9. <i>Fama del destino</i> : Reputación, propaganda, status del destino.
10. <i>Lucha contra la prostitución y el turismo sexual</i> : acciones que combatan la prostitución y el turismo sexual.
11. <i>Variedad y belleza de las atracciones naturales</i> : diversidad de atracciones naturales - acantilados, playas, lagunas, reservas naturales, sitios ecológicos, fauna.
12. <i>Limpieza y mantenimiento de los espacios públicos</i> : limpieza y mantenimiento de calles, plazas, playas.
13. <i>Preservación de las atracciones naturales</i> : acantilados, playas, lagunas, reservas naturales, sitios ecológicos, fauna.
14. <i>Disponibilidad de equipamientos/servicios en las playas</i> : disponibilidad de baños públicos, rampas, escaleras, alquiler de sillas en las playas del destino.
15. <i>Diversidad cultural de los frequentadores</i> : posibilidad de interacción con personas de diferentes culturas y países.
16. <i>Diversidad en la oferta de paseos turísticos y actividades de ocio</i> .
17. <i>Disponibilidad de festivales estacionales</i> : oferta de eventos gastronómicos, musicales, literarios.
18. <i>Disponibilidad de variedad de restaurantes y bares</i> : diversidad en las especialidades: italiano, regional, frutos de mar, vegetariano, entre otros.
19. <i>Variedad en la oferta de hospedaje</i> : variedad de establecimientos destinados a la prestación de servicios de hospedaje: hoteles, posadas, albergues, camping, resorts.
20. <i>Agradabilidad del hospedaje</i> : arquitectura, diseño, instalaciones, limpieza, confort.
21. <i>Agradabilidad de los establecimientos comerciales</i> : arquitectura, diseño, instalaciones, limpieza, confort.
22. <i>Hospitalidad de los residentes</i> : acogimiento, cordialidad, prestancia de los habitantes.
23. <i>Relación calidad/precio del hospedaje</i> : costo-beneficio del valor pagado.
24. <i>Relación calidad/precio en los restaurantes y bares</i> : costo-beneficio del valor pagado por la comida y bebida.
25. <i>Variedad en la oferta de establecimientos comerciales y de servicios</i> : variedad de segmentos de tiendas en el destino turístico - ropa, accesorios, artesanías, salón de belleza, farmacia, etc.
26. <i>Horario de funcionamiento del comercio</i> : horario de funcionamiento del comercio local.
27. <i>Disponibilidad de espacios públicos para paseos, caminatas y puntos de encuentro</i> : disponibilidad de calles para peatones, plazas, orlas, parques para la población y visitantes.
28. <i>Disponibilidad de información sobre el destino turístico para la planificación del viaje</i> .

Fuente: Elaboración propia

Instrumento de investigación

Para la etapa cuantitativa de la investigación se creó un cuestionario con tres módulos. El primero contempló preguntas volcadas a los aspectos socio-demográficos y el segundo tuvo por fin conocer las expectativas de los turistas sobre los atributos del servicio incluidos en el Cuadro 1. Los entrevistados indicaron sus expectativas mediante el grado de importancia conferida a cada atributo sobre una escala Likert de 11 puntos, variando de 0 (no importante) a 10 (muy importante). El tercer módulo contempló los mismos atributos del anterior y los entrevistados evaluaron el desempeño de los servicios de Pipa sobre una escala similar variando de 0 (pésimo) a 10 (excelente). Una pregunta adicional evaluó el servicio turístico como un todo. El instrumento de investigación pasó por un proceso de validación a través de pretests con 5 especialistas, 5 empresarios de Pipa, 20 estudiantes universitarios de turismo y 20 turistas de Pipa, posibilitando los últimos ajustes en el cuestionario definitivo.

Universo, muestra y recolección de datos

El universo del presente estudio se compone por los turistas de Pipa en los meses de marzo y abril de 2013 con al menos un día de hospedaje en el destino. Al desconocer el número exacto de visitantes la población fue considerada infinita. La muestra fue estratificada por género y franja etaria a partir de las medias de los resultados de los estudios de demanda turística de Pipa realizados por la Secretaría de Turismo en 2008 y 2009. El cálculo muestral se desarrolló admitiendo un error de 3,5%, $p=0,5$ y nivel de confianza de 95%, lo que resultó en el tamaño de la muestra (784 entrevistados). La aplicación de los cuestionarios fue realizada por un equipo de seis universitarios debidamente entrenados. Los turistas fueron abordados en hoteles, bares, restaurantes y puntos de encuentro. Se consideraron válidos los cuestionarios de los turistas que poseían una estadía mínima de una noche en Pipa y que presentaban una única respuesta en cada pregunta.

RESULTADOS

Los resultados presentados reflejan las respuestas atribuidas a 760 cuestionarios válidos por los turistas de Pipa. Como la muestra prevista era de 784 entrevistados el error fue recalculado para 3,55%. La muestra estuvo compuesta por 55,3% de individuos del sexo femenino y 44,7% del sexo masculino. El 70,3% tenía entre 26 y 50 años, el 78,9% poseía al menos enseñanza media completa, el 32,6% trabajaba en empresas privadas, el 66,2% declaró un ingreso de entre 2 y 10 salarios mínimos, el 67,9% viajó a Pipa con la familia y el 96,7% visitó el destino por placer. Los medios de hospedaje más utilizados fueron los hoteles y posadas (35,4% y 35,3% respectivamente). El 52,6% ya había visitado el destino dos o más veces, el 62,6% permaneció de 1 a 3 días y el 61,3% era oriundo de la Región Nordeste (seguido de un 19,7% de la Región Sudeste). La Tabla 1 presenta el perfil socio-demográfico completo de la muestra.

Tabla 1: Perfil socio-demográfico de la muestra

Variables	%	Variables	%
Género de los entrevistados		Viajó al destino con	
Femenino	55,3%	Familia	67,9%
Masculino	44,7%	Amigos	25,9%
Franja Etaria		Solo	3,9%
Hasta 17 años	1,3%	Otros	2,2%
18 a 25 años	15,8%	Motivo del viaje	
26 a 35 años	37,8%	Placer	96,7%
36 a 50 años	32,5%	Trabajo	3,0%
51 a 65 años	11,2%	Congreso/Evento	0,0%
Más de 65 años	1,4%	Otros	0,3%
Grado de escolaridad		Hospedaje utilizado	
Sin educación formal	0,3%	Hotel	35,4%
Fundamental I (1º a 5º)	0,3%	Resort	3,2%
Fundamental II (6º a 9º)	1,7%	Departamento	2,2%
Enseñanza media	18,9%	Casa propia	5,5%
Universitario	17,0%	Albergue	2,6%
Educación superior	43,6%	Casa de parientes/amigos	11,1%
Posgrado	18,3%	Camping	0,8%
Ocupación Principal		Posada	35,3%
Empleado público	24,2%	Otros	3,9%
Empleado de empresa privada	32,6%	Número de visitas a Pipa (Brasil)	
Jubilado	4,3%	Una vez	47,4%
Empresario	14,5%	Dos veces	15,8%
Estudiante	11,8%	Tres veces	8,7%
Otro	12,5%	Cuatro o más veces	28,2%
Ingreso familiar		Tiempo de permanencia en Pipa (Brasil)	
Menos de 2 SM	6,3%	1 a 3 noches	62,6%
2 a 5 SM	35,7%	4 a 7 noches	27,1%
6 a 10 SM	30,5%	8 a 14 noches	5,0%
11 a 20 SM	18,3%	Más de 14 noches	5,3%
Más de 20 SM	9,2%		

Fuente: Elaboración propia

Importancia y brechas de la calidad del servicio en Pipa (Brasil)

En base a la media de las respuestas sobre las expectativas (grado de importancia) y el desempeño sobre el conjunto de 28 atributos, se calcularon las brechas de calidad del servicio en el destino turístico Pipa. El grado de importancia de los atributos para los turistas varió de un mínimo de 7,43 (fama del destino) hasta un máximo de 9,46 (preservación de las atracciones naturales). Las brechas de calidad (calculadas como la diferencia entre las medias de desempeño e importancia) variaron entre los extremos de -2,62 (lucha contra la prostitución y el turismo sexual) y 1,81 (fama del destino turístico). Cuanto más negativa fue la brecha mayor fue el déficit de calidad del servicio en ese atributo.

Pipa carece de una acción más efectiva de los gestores en la lucha contra la prostitución y el turismo sexual. Por otro lado, los turistas percibieron en la fama del destino un superávit de 1,81. Esto quiere decir que los turistas evaluaron a Pipa muy positivamente en lo que se refiere a la fama, superando las expectativas. La calidad no es atribuida por la media de desempeño sino por la diferencia entre el desempeño y la expectativa. La Tabla 2 presenta los resultados obtenidos. Los atributos aparecen en orden de importancia. La columna **RI** representa el orden de los atributos según importancia y el valor 1 indica el atributo de mayor importancia. La columna **RB** representa el orden de los atributos según la magnitud de las brechas y el valor 1 indica el atributo de mayor déficit de calidad.

Tabla 2: Importancia y brechas de la calidad del servicio en Pipa (Brasil)

Atributos	Imp	RI	Des	Bre	RB	Posición
Preservación de las atracciones naturales	9,46	1	8,58	-0,88	13	AI_MB
Seguridad	9,41	2	7,4	-2,01	3	AI_AB
Limpieza y mantenimiento de los espacios públicos	9,31	3	8,05	-1,26	11	AI_MB
Variedad y belleza de las atracciones naturales	9,21	4	9,35	0,14	24	AI_BB
Hospitalidad de los residentes	9,2	5	8,75	-0,45	15	AI_MB
Relación calidad/precio en los restaurantes y bares	9,11	6	7,12	-1,99	5	AI_AB
Relación calidad/precio del hospedaje	9,1	7	7,23	-1,87	7	AI_AB
Disponibilidad de información para planificar el viaje	9,05	8	8,14	-0,91	12	AI_MB
Disponibilidad de servicios y equipamientos de salud	9,05	9	6,57	-2,48	2	AI_AB
Acceso al destino	9,01	10	7,2	-1,81	8	MI_AB
Agradabilidad del clima	9,01	11	9,25	0,24	26	MI_BB
Variedad en la oferta de hospedaje	8,97	12	9,01	0,04	22	MI_BB
Disponibilidad de hoteles, restaurantes y entretenimiento	8,96	13	8,72	-0,24	19	MI_MB
Agradabilidad del hospedaje	8,94	14	8,69	-0,25	17	MI_MB
Disponibilidad de variedad de restaurantes y bares	8,94	15	8,96	0,02	21	MI_BB
Acceso a las atracciones turísticas	8,93	16	7,32	-1,61	10	MI_MB
Disponibilidad de equipamientos/servicios en las playas	8,89	17	6,9	-1,99	4	MI_AB
Lucha contra la prostitución y el turismo sexual	8,76	18	6,14	-2,62	1	MI_AB
Sistema de comunicación	8,75	19	6,82	-1,93	6	MI_AB
Agradabilidad de los establecimientos comerciales	8,74	20	8,49	-0,25	18	BI_MB
Tranquilidad y calma	8,59	21	8,81	0,22	25	BI_BB
Disponibilidad de espacios públicos	8,56	22	6,88	-1,68	9	BI_AB
Horario de funcionamiento del comercio local	8,5	23	7,75	-0,75	14	BI_MB
Variedad en la oferta de establecimientos comerciales/servicios	8,41	24	8,08	-0,33	16	BI_MB
Diversidad oferta de paseos y actividades de ocio	8,3	25	8,37	0,07	23	BI_BB
Diversidad cultural de las personas que frecuentan	7,92	26	8,45	0,53	27	BI_BB
Disponibilidad de festivales estacionales	7,64	27	7,64	0	20	BI_BB
Fama del destino turístico	7,43	28	9,24	1,81	28	BI_BB

Imp=media del grado de importancia **Des**=media del nivel de desemp. **Bre**=Brecha de calidad
RI = ranking de los atributos de importancia **RB** = ranking de atributos de la brecha
AI, MI, BI = alta, media y baja importancia **AB, MB, BB** = alta, media y baja brecha

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 2 está dividida en tres bloques de acuerdo con la importancia; alta (AI) con orden de 1 a 9, media (MI) con orden de 10 a 19 y baja (BI) con orden de 20 a 28. Las brechas recibieron un agrupamiento similar. Así, AB indica alta brecha, MB media brecha y BB, baja brecha. En la columna Posición es posible clasificar los atributos de acuerdo con la matriz de oportunidades propuesta por Stock & Lambert (2001), confrontando la importancia y las brechas de calidad. Los atributos son divididos en tres grupos para la importancia y tres grupos para las brechas, formando una matriz con nueve posibilidades. La Tabla 3 muestra las acciones sugeridas por los autores de acuerdo con la posición del atributo en la matriz de oportunidades.

Tabla 3: Acciones para matriz absoluta

	Alta Brecha	Media Brecha	Baja Brecha
Alta Importancia	Mejorar sin duda AI_AB	Mejorar AI_MB	Mejorar/ mantener AI_BB
Media Importancia	Mejorar MI_AB	Mantener MI_MB	Mantener/ reducir MI_BB
Baja Importancia	Mantener BI_AB	Mantener/ reducir BI_MB	Mantener/ reducir BI_BB
AI, MI, BI = alta, media y baja importancia. AB, MB, BB = alta, media y baja brecha			

Fuente: Adaptado de Stock & Lambert (2001)

De acuerdo con las directrices sugeridas por Stock & Lambert (2001) los gestores deberían preocuparse prioritariamente y mejorar sin duda los atributos en la condición AI y AB (alta importancia y mayores déficits de calidad). Se encuadran en esta condición los atributos: *seguridad* (2, 3), *relación calidad/precio en los restaurantes y bares* (6, 5), *relación calidad/precio en el hospedaje* (7, 7) y *disponibilidad de servicios y equipamientos de salud* (9, 2). Los números entre paréntesis representan respectivamente el orden de importancia y el orden de la magnitud de la brecha de calidad.

La columna "Posición" de la Tabla 2 presenta el encuadre de todos los atributos investigados según la orientación de Stock & Lambert (2001) en la matriz de oportunidades. En dicha columna se destacaron los atributos con mayor importancia. En el otro extremo de la matriz aparecen aquellos atributos que obtuvieron baja importancia y bajas brechas de calidad (o superaron las expectativas de los turistas). En este último caso se encuentran cinco atributos: *tranquilidad y calma del lugar* (21, 25), *diversidad en la oferta de paseos y actividades de ocio* (25, 23), *diversidad cultural de las personas que frecuentan el lugar* (26, 27), *disponibilidad de festivales estacionales* (27, 20) y *fama del destino turístico* (28, 28). Ninguno presentó déficit de calidad. El desempeño del servicio alcanzó o superó las expectativas de los turistas. La acción sugerida en la matriz de oportunidades es mantener o reducir el patrón.

Implicaciones gerenciales

El estudio indicó -de acuerdo con la percepción de los entrevistados e independientemente del destino turístico- los atributos más importantes para la satisfacción de los turistas. Al confrontarlos con el desempeño percibido por los visitantes fue posible establecer una comparación entre lo que es más importante para el turista y las carencias más significativas en la oferta de servicios en el destino. La matriz de oportunidades indica que sin duda es necesario mejorar la seguridad, la relación en los medios de hospedaje, restaurantes y bares, y la disponibilidad de servicios y equipamientos de salud. Al exponer los resultados cabe definir el rol de los agentes públicos y privados en las acciones de perfeccionamiento de la oferta del servicio. En la etapa cualitativa de la investigación se realizaron entrevistas a la población residente, turistas, empresarios y especialistas, que permitieron recolectar la información que aparece en el Cuadro 2.

Cuadro 2: Oportunidades de mejoras para el destino Pipa (Brasil)

Acción 1: Mejorar los servicios y equipamientos de salud del destino Pipa. Agentes involucrados: Gobiernos municipal, estadual y federal y la iniciativa privada.	
Situación actual relatada: El destino posee sólo un puesto de salud que funciona sólo de lunes a viernes y no tiene médicos para atender a los enfermos. Inexistencia de servicios de salud y clínicas privadas.	Oportunidades de mejoras: Aumento del cuadro médico; equipar el puesto médico para atender a la población y para los casos de emergencias; funcionamiento del puesto durante 24 horas incluyendo fines de semana y feriados; adquirir ambulancia con estructura de UTI; incentivar la inversión privada en la implementación de clínicas médicas y odontológicas en el lugar.
Acción 2: Mejorar la seguridad en Pipa. Agentes involucrados: agentes públicos, empresarios, población y organizaciones no gubernamentales.	
Situación actual relatada: Los casos de hurtos y robos crecen exponencialmente en la región, así como los homicidios, robos, atracos y secuestros. Comercialización y fácil adquisición de drogas.	Oportunidades de mejoras: Aumento de los efectivos policiales; mayor número de vehículos para realizar las rondas; campañas de lucha contra el turismo sexual y el tráfico de drogas; instalación de cámaras de seguridad en los espacios públicos e inversiones en educación, deporte y ocio para la población local. Cooperación y organización de reuniones regulares entre la policía y los empresarios de la región; apoyo a las campañas de lucha contra el turismo sexual y el tráfico de drogas.
Acción 3: Mejorar la relación calidad/ precio de los restaurantes y bares de Pipa. Agentes involucrados: esfera pública, empresarios, organizaciones no gubernamentales, asociaciones de clase.	
Situación actual relatada: Restaurantes y bares aprovechan la fama del destino para cobrar más de lo que deben por los productos que ofrecen.	Oportunidades de mejoras: Mejora de la infraestructura urbana, vías de acceso y transporte público. Política de incentivo fiscal para los empresarios del rubro gastronómico. Participación de empresarios y gestores en cursos/reuniones relacionados con la formación de precios; revisión de las planillas de costos de alimentos y bebidas; logística y busca de nuevos proveedores que unan precio y calidad. Campañas que conduzcan a una ocupación más intensa en los períodos de temporada baja. Contingentes de tercera edad.
Acción 4: Mejorar la relación calidad/ precio del hospedaje de Pipa. Agentes involucrados: esfera pública, empresarios, organizaciones no gubernamentales, asociaciones de clase.	
Situación actual relatada: Algunos medios de hospedaje presentan tarifas elevadas y no prestan servicios coincidentes con esos precios.	Oportunidades de mejoras: Mejora de la infraestructura urbana, vías de acceso y transporte público. Política de incentivo fiscal para los empresarios del rubro gastronómico. Participación de empresarios y gestores en cursos/reuniones relacionados con la formación de precios; revisión de las planillas de costos de alimentos y bebidas; logística y busca de nuevos proveedores que unan precio y calidad. Campañas que conduzcan a una ocupación más intensa en los períodos de temporada baja. Contingentes de tercera edad.

Fuente: Elaboración propia

Se entiende que las acciones de responsabilidad de los gestores públicos y privados deberán ser trabajadas en conjunto para que los resultados sean realmente significativos. Las asociaciones público-privadas y la intervención de instituciones como Sebrae (Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas), Senac (Servicio Nacional de Aprendizaje Comercial), Abih (Asociación Brasileña de la Industria de Hoteles), Abrasel (Asociación Brasileña de Bares y Restaurantes) y

asociaciones comerciales locales son fundamentales. Es esencial que los elementos involucrados tengan una buena coordinación y cooperación, además de la plena consciencia de la importancia de brindar servicios de calidad para aumentar la competitividad del destino Pipa (Brasil).

CONSIDERACIONES FINALES

El presente artículo evaluó la calidad de los servicios en el destino turístico Pipa identificando las principales expectativas de los clientes y estableciendo una matriz de oportunidades para su desarrollo. Según la muestra utilizada se infiere que el turista medio tiene un ingreso familiar de 2 a 10 salarios mínimos, viaja a Pipa por placer con la familia, utiliza como medio de hospedaje hoteles y posadas, ya visitó el destino dos o más veces, permanece de 1 a 3 días en el destino Pipa y es oriundo principalmente de la Región Nordeste de Brasil.

Los atributos seguridad y hospitalidad de los residentes presentaron una alta importancia en la percepción de los turistas de Pipa y también se destacaron en los estudios de Hsu, Tsai & Wu (2009) en Taiwán, Kim (1998) en Corea, Pizam, Neumann & Reichel (1978) en Estados Unidos, Cardoso (2011) en Portugal, Bajs (2010) en Croacia y Narayan et al. (2009) en India. Se observa que independientemente del continente estudiado estos atributos son de extrema importancia para el turismo. Kozak & Rimmington (1999) identificaron los factores que más contribuyen con la competitividad en Turquía: hospitalidad, bellezas naturales, valor del dinero, seguridad, clima y transporte local. Tang & Rochananon (1990) al estudiar el turismo de sol y playa en Tailandia, concluyeron que las bellezas naturales, las características climáticas, culturales y sociales, el costo de vida y la hospitalidad fueron considerados factores importantes para todos los grupos de entrevistados. En este estudio, así como en el contexto de Pipa, el acceso y la disponibilidad de establecimientos comerciales no figuraron entre los más importantes.

En el análisis de las brechas de calidad se observó la predominancia de brechas negativas, indicando que gran parte de los servicios ofrecidos en Pipa está por debajo de las expectativas de los turistas. De los 28 atributos utilizados en la investigación, 19 presentaron brechas negativas, siendo la de mayor magnitud la lucha contra la prostitución y el turismo sexual; y 9 presentaron brechas positivas destacándose la tranquilidad y calma del lugar, la agradabilidad del clima, la diversidad cultural de los frequentadores y la fama del destino turístico.

A partir de la matriz de oportunidades generada fue posible identificar acciones prioritarias para combatir las carencias percibidas por los turistas, especialmente aquellas con alta relevancia para los visitantes. En base a la acción de los gestores se construyó un cuadro de posibles acciones para mejorar la seguridad, los servicios y equipamientos de salud locales y la relación calidad/ precio del hospedaje, los bares y los restaurantes. Aunque se haya utilizado un alto número de variables de servicio, la matriz de oportunidades se mostró como un instrumento relevante y de fácil aplicación en la definición de prioridades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bajs, I. P.** (2010) "Attributs of tourism destination as determinants of tourist perceived value". *International Journal of Manangement Cases* 8: 547-554
- Barros, J. L. G.** (2008) "A satisfação com a qualidade de serviços na fidelização dos destinos turísticos". Dissertação de Mestrado. Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Porto
- Beerli, A. & Martin, J. D.** (2004) "Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis—a case study of Lanzarote, Spain". *Tourism Management* 25(1): 623–636
- Brasil** (2011) "Roteiros do Brasil". Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Revista_Roteiros_do_Brasil_-_internet.pdf. Acesso em: 01 ago 2012
- Campos, D. F. & Marodin, T. G.** (2013) "El uso de matrices de oportunidad para el análisis de los servicios hoteleros en la ciudad de Natal, Brasil". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 22(4): 661-681
- Cardoso, J. M. O.** (2011) "Avaliação da qualidade de destinos turísticos: destino Figueira da Foz". Dissertação de Mestrado. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Universidade de Aveiro, Aveiro
- Chi, C. G. & Qu, H.** (2008) "Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: an integrated approach". *Tourism Management* 29(4): 624–636
- Cracolici, M. F. & Nijkamp, P.** (2008) "The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: a study of southern italian regions". *Tourism Management* 30(3): 336–344
- Dey, B. & Sarma, M. K.** (2010) "Information source usage among motive-based segments of travelers to newly emerging tourist destinations". *Tourism Management* 31(3): 341–344
- Dwyer, L.; Forsyth, P. & Rao, Pr.** (2000) "The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations". *Tourism Management* 21(1): 9-22
- Enright, M. J. & Newton, J.** (2004) "Tourism destination competitiveness: a quantitative approach". *Tourism Management* 25(6): 777–788
- Fakeye, P. C. & Crompton, J. L.** (1992) "Importance of socialization to repeat visitation". *Annals of Tourism Research* 19(2): 364-367
- Grönroos, C.** (1984) "A Service Quality Model and its marketing implications". *European Journal of Marketing* 18(4): 36-44
- Hsu, T.; Tsai, Y. & Wu, H.** (2009) "The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan". *Tourism Management* 30(2): 288–297
- Hu, Y. & Ritchie, J. B.** (1993) "Measuring destination attractiveness: a contextual approach". *Journal of Travel Research* 32(2): 25-34
- IBGE** (2011) "Pesquisa de serviços de hospedagem". Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Rio de Janeiro
- Kandampully, J.** (2000) "The impact of demand fluctuation on the quality of service: a tourism industry example". *Managing Service Quality* 10(1): 10-19

- Kim, H.** (1998) "Perceived attractiveness of Korean destinations". *Annals of Tourism Research* 25(2): 340-361
- Kozak, M. & Rimmington, M.** (1999) "Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings". *Hospitality Management* 18(3): 273-283
- Kozak, M.** (2002) "Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations". *Tourism Management* 23(3): 221-232
- Murphy, P.; Pritchard, M. P. & Smith, B.** (2000) "The destination product and its impact on traveller perceptions". *Tourism Management* 21(1): 43-52
- Narayan, B.; Rajendran, C.; Sai, L. P. & Gopalan, R.** (2009) "Dimensions of service quality in tourism – an Indian perspective". *Total Quality Management* 20(1): 61-89
- Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. L.** (1985) "A conceptual model of service quality and its implications for future research". *Journal of Marketing* 49(4): 41-50
- Pavlic, I.; Perucic, D. & Portolan, A.** (2011) "Tourists' satisfaction as an important tool for increasing tourism destination competitiveness in the globalization conditions – the case of Dubrovnik-Neretva County". *International Journal of Managements Cases* 9: 591-599
- Pizam, A.; Neumann, Y. & Reichel, A.** (1978) "Dimentions of tourist satisfaction with a destination area". *Annals of Tourism Research* 5(3): 314-322
- Rio Grande do Norte** (2012) "Conheça o turismo". Disponível em: www.rn.gov.br/conheca-o-rn/turismo/. Acesso em: 01 jun 2012
- Rodrigues, L. M.** (2010) "A análise comparativa da competitividade dos destinos turísticos: O caso de Algarve versus o Sul de Espanha". Dissertação de Mestrado. Faculdade Economia. Universidade do Algarve, Faro
- Secretaria do Turismo de Tibau do Sul** (2012) "Dados do turismo". Tibau do Sul
- Stock, J. & Lambert, D.** (2001) "Strategic Logistics Management". McGraw-Hill, New York
- Tang, J. C. S & Rochananond, N.** (1990) "Attractiveness as a tourist destination: a comparative study of Thailand and selected Countries". *Socio-Economic Planning Sciences* 24(3): 229-236
- Toro, A. L.; Muñoz, R. D & Moreno S. P.** (2010) "An assessment of the quality of a tourist destination: the case of Nerja, Spain". *Total Quality Management* 21(3): 369-289
- Um, S. & Crompton, J. L.** (1990) "Attitude determinants in tourism destination choice". *Annals of Tourism Research* 17(3): 432-448
- Vidal, S. M. S. C.** (2010) "Dunas, lagoas e praias - turismo e sustentabilidade? em Natal – RN". *Revista Ponto-e-Vírgula* 7: 77-94
- Wu, L.; Zhang, J. & Fujiwara, A.** (2011) "Representing tourists' heterogeneous choices of destination and travel party with an integrated latent class and nested logit model". *Tourism Management* 32(6): 1407-1413

Recibido el 24 de abril de 2014

Reenviado el 01 de julio de 2014

Aceptado el 10 de julio de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

PATRIMONIO, TURISMO Y TRANSFIGURACIONES EN LAS RELACIONES IDENTIDARIAS**El Pelourinho (Salvador - Bahia) y Porto Rico (Paraná), Brasil**

Silvia Helena Zanirato*
Edegar Luis Tomazzoni**
Universidade de São Paulo
São Paulo, Brasil

Resumen: Este artículo analiza las experiencias de refuncionalización del centro histórico de Pelourinho en Salvador, Bahia, y de la Fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes en Porto Rico, Paraná. Las mismas implicaron transformaciones espaciales e identitarias en ambas localidades brasileñas debido a la incorporación del patrimonio cultural y ambiental de esas ciudades al mercado turístico. El método de investigación es de naturaleza cualitativa, descriptiva y exploratoria y se basa en la observación directa y en el análisis de contenido de notas periodísticas, entrevistas y testimonios orales. En los dos casos, analizados en base al concepto de gobernanza, no hubo participación democrática y directa de la comunidad en la planificación y gestión de las propuestas de transformación del patrimonio material e inmaterial. No obstante, aún se está a tiempo de involucrar a los actores, de oír a las comunidades, de organizar foros de debate y encuentros de socialización del conocimiento, buscando contribuir con la sustentabilidad del turismo y el desarrollo socioeconómico local.

PALABRAS CLAVE: turismo cultural, gobernanza, Pelourinho (BA), Porto Rico (PR), desarrollo socioeconómico local, Brasil.

Abstract: Heritage, Tourism and Transfiguration in the Cultural Identity Relations and in the Spaces of Pelourinho (Salvador - Bahia) and Porto Rico (Parana), Brazil. This paper analyses the experiences of the change in the function of the historic center of Pelourinho, in Salvador, Bahia, and the Our Lady of Navigators Celebration, in Porto Rico, Parana, entailing spatial and identity transformations in both Brazilian localities due to the insertion of their cultural and environmental heritage in the tourist market. The investigation method was of qualitative, descriptive and exploratory and consisted of direct observation and content analysis of media reports, interviews and speeches of oral history. In the two cases examined, based on the concept of governance, there were no democratic and direct community participation in planning and management of the proposed transformation of tangible and intangible heritage. There is still time to involve the actors, hearing communities through the organization of discussion forums and socialization of knowledge meetings, aiming at contributing to the sustainability of tourism and local socioeconomic development.

* Doctora en Historia por la Universidad Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, São Paulo, Brasil. Posdoctora en Geografía Política por la Universidad de São Paulo, São Paulo, Brasil; y en Historia por la Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Se desempeña como docente de grado y posgrado en la Escola de Ciências e Comunicações (ECA) de la Universidad de São Paulo, São Paulo, Brasil. E-mail: shzanirato@usp.br

** Doctor en Ciencias de la Comunicación con énfasis en Turismo por la Escola de Ciências e Comunicações (ECA) de la Universidad de São Paulo (USP), São Paulo, Brasil. Se desempeña como docente de posgrado en la Escola de Artes Ciências e Humanidades (EACH) de la Universidad de São Paulo (USP). E-mail: eltomazzoni@usp.br

KEY WORDS: *cultural tourism, governance, Pelourinho (BA), Puerto Rico (PR), socio-economic local development, Brazil.*

INTRODUCCIÓN

Hace más de veinte años David Harvey (1989) publicó un libro sobre la condición posmoderna y destacó la llamada *industria de producción de la imagen*, procedimiento en el cual la representación de los pueblos y lugares se vuelca a la producción y uso efímeros. La publicación de Harvey permitió diversas lecturas, incluso las que se destinaron a comprender los procesos económicos, sociales y culturales que han transformado a la sociedad y el medio ambiente en objetos de consumo.

En base a esto aquí se analizan los lugares dotados de atributos naturales y culturales que fueron (re)inventados, (re)producidos y (re)creados con el marketing turístico, procedimiento que el antropólogo Noel Salazar denomina “turismistificación”. Un proceso que altera identidades y refuncionaliza espacios, involucrando relaciones performativas, de contestación, reificación y negociación que surgen de adentro de la sociedad y alteran la forma en que las personas se relacionan con los lugares y cómo éstos son vistos (Salazar, 2009).

Gran parte de las ciudades brasileñas han vivenciado la implementación sistemática de políticas volcadas al turismo, adoptadas para promover el desarrollo local, dinamizar la economía, generar empleo, ampliar el comercio y los servicios y conservar y valorizar los recursos ambientales y patrimoniales.

Los gobiernos locales, estatales y nacionales invirtieron en la mejora de servicios de infraestructura indispensable para el desarrollo de la actividad turística: accesos, aeropuertos, puertos, autovías, estaciones de trenes, iluminación pública, distribución de agua, cloacas, etc. También invirtieron en hospedaje, entretenimiento, agencias, información y otros servicios (Lage & Milone, 1996: 52). Al invertir en las condiciones de acceso urbano los gobiernos se convierten en *agentes directos del proceso de desarrollo capitalista, haciendo todo lo posible para maximizar el potencial atractivo económico de las áreas locales* (Harvey, 1989: 5).

Esto se vio en la ciudad de Salvador durante la década de 1990 cuando el gobierno del Estado de Bahia realizó una serie de inversiones en tres sectores básicos: infraestructura, marketing y formación y capacitación de recursos humanos. Se realizó el saneamiento de la Baía de Todos os Santos, la ampliación del aeropuerto y se restauró el Largo do Pelourinho en el Centro Histórico. Se buscaba valorar la explotación turística del patrimonio construido proveniente del barroco portugués, considerado *uno de los más significativos conjuntos coloniales de la América Portuguesa, con construcciones que representan no sólo la sucesión de la técnica sino toda la evolución de la vida urbana* (Santos, 1959: 101).

También Porto Rico, municipio situado en las barrancas del río Paraná, hacia fines de la década de 1990 y principios de la década de 2000 sufrió transformaciones estructurales destinadas a cambiar el aspecto de la ciudad e insertarse en el competitivo mercado turístico. El paisaje de la ribera y la fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes eran los atractivos disponibles. Así, Porto Rico mejoró su infraestructura básica. Amplió sus calles, rehizo canales, renovó la iluminación pública, amplió la red de desagües cloacales y mejoró la limpieza pública del área ribereña. Luego se invirtió en hoteles, bares y restaurantes que modificaron el paisaje local.

Ambas intervenciones acarrearán transformaciones espaciales e identitarias ante la inserción del patrimonio cultural de esas localidades en el mercado turístico. Los dos planes de intervención urbana implicaron la apropiación política y simbólica del espacio en un proceso de redefinición de funciones y alteración de identidades. El objetivo de este artículo es analizar esas transformaciones en la medida en que parecen haber resultado en lo que Salazar (2009) denomina experiencias de transfiguración de las relaciones identitarias en los espacios, es decir la *turismistificación* del Pelourinho en Salvador (Bahía) y de la Fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes en Porto Rico (Paraná).

Evidentemente el Pelourinho es una porción de la capital baiana, Salvador. Así este artículo puede suscitar la comparación entre una metrópolis de la región nordeste de Brasil y una ciudad del interior de la región sur del país. Aunque se trate de un contexto histórico-patrimonial y de un evento de cuño religioso y cultural, no se intenta comparar las realidades de la capital nordestina y el municipio de Porto Rico sino de analizar dos casos con aspectos análogos en términos de impactos políticos y sociales.

GOBERNANZA, PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO

La gobernanza permite que el estado oriente y motive a los actores a buscar soluciones a los problemas en medio de la incertidumbre e inestabilidad social. Abarca las redes informales reconociendo su representatividad, su potencial político, sus modelos de cooperación y sus competencias para conquistar objetivos comunes (Santos, 1997; Parker, 2007). La estrategia de la gobernanza articula las jerarquías del poder público con los sectores de mercado. Entre sus diversas ventajas se destacan el intercambio de conocimientos, la definición de roles y la responsabilidad por la valoración de habilidades y competencias de los actores sociales y el incentivo a la negociación para solucionar conflictos y divergencias de intereses en busca del bienestar colectivo (Kissler & Heidemann, 2006; Parker, 2007).

La inclusión de empresas privadas, organizaciones del tercer sector, asociaciones comunitarias y ciudadanos amplió la dimensión de las redes sociales y el desafío de la gobernanza es conjugar intereses diversos y superar el excesivo individualismo y las rivalidades. En el sistema capitalista de libre mercado es coherente que las redes se fundamenten en la reciprocidad. Más allá de compartir

las presiones y la responsabilidad de hallar soluciones a los problemas exigiendo una excesiva resiliencia a un único actor, proporcionan ganancias individuales y colectivas (Kissler & Heidemann, 2006).

Los sistemas burocráticos de la gestión pública deben ser monitoreados por la gobernanza de las redes sociales buscando su consolidación y viabilidad de recursos técnicos, operativos y financieros a ser aplicados en el patrimonio público y el desarrollo social (Agranoff, 2006).

Las redes son estrategias para monitorear factores incontrolables del ambiente y fortalecer la competitividad. Son nuevas configuraciones organizacionales constituidas por relaciones de poder que influyen o transforman la cultura y la sociedad (Castells, 2007).

La existencia de una red no siempre significa que haya gobernanza y la comunicación no determina la acción transformadora de la realidad. La esencia de la gobernanza es la acción de actores con mentalidades emprendedoras y objetivos colectivos. Densidad, amplitud, confianza, reciprocidad e identidad son elementos constitutivos de la gobernanza en redes a fin de que la comunicación, las negociaciones y los proyectos sean productivos e innovadores (Parker, 2007). Los conflictos y tensiones sociales debido a las divergencias de intereses pueden dificultar o impedir la gobernanza (Stoker, 2004). Asimismo, la definición de las responsabilidades de las instituciones públicas y las organizaciones privadas es compleja y difusa (Bevir, 2011).

Con esas dificultades y desafíos se espera que la planificación y gestión integradas contemplen ideas, objetivos comunes y soluciones para las personas que viven en determinado espacio, definido por las relaciones sociales que conforman sus límites o fronteras (Goodwin, 2013).

Junto a la representación de los gestores públicos en el sistema político-democrático del estado de derecho constitucional debe participar la comunidad en comisiones, consejos u otras formas de organización representativas de las actividades de desarrollo local, sobre todo cuando se trata de propuestas que incluyen al emprendimiento turístico. Proyectos de preservación del patrimonio histórico y arquitectónico o revitalización de espacios públicos y eventos culturales pueden ser motivo de orgullo y renovación del espíritu comunitario, incentivando nuevos proyectos de participación y cooperación intercultural (Yeoman, 2006).

Sin embargo, son amplios los análisis críticos y debates sobre los problemas de la implementación del turismo. Por ejemplo, la percepción de que los turistas son considerados por la comunidad local como invasores de su privacidad y responsables del aumento de precios y el costo de vida, e incluso como agentes que le quitan carácter a la cultura local (Urry, 1997; Urry, 2001; Swarbrooke, 2002). Entre los estudios sistémicos del turismo se destaca la hipótesis de la humanización de los viajes en el modelo existencial de la sociedad industrial de Krippendorff (2005).

El autor prioriza la conciliación de los intereses de los turistas y la población local y el control del uso del suelo por los pobladores autóctonos.

Es probable que el saldo final de los impactos del turismo sea positivo de acuerdo con Rodrigues (2012: 27), para quien *“el turismo, sobre todo como actividad económica, tiene impactos negativos socioculturales y ambientales que son incomparablemente menores que los producidos por otras actividades”*. Para justificar su postura la autora menciona como ejemplo la práctica de la quema de extensas áreas nativas para expandir las fronteras agrícolas en la región Centro-Oeste y en la Amazonía (Brasil) o el aumento de la explotación de mineros y de fuentes de energía, que son devastadoras aunque se realicen en nombre del desarrollo local.

Para que el turismo sea exitoso la comunidad local (igual que los visitantes clientes) debe estar satisfecha con los proyectos turístico-culturales propuestos. No toda iniciativa es bien recibida por las comunidades anfitrionas y difícilmente se puede mantener la satisfacción de los turistas a largo plazo si antes la comunidad local no estuvo satisfecha. Se deben analizar la intensidad de la participación y la satisfacción de los pobladores con las políticas públicas y las acciones pretendidas, en base a relaciones simétricas de poder entre los actores sectoriales. En este sentido es esclarecedora la teoría de la administración pública.

Los gestores del turismo (voluntarios o profesionales) deben conocer la administración pública y como representantes de los diferentes segmentos del modelo de gestión (poder público, iniciativa privada, comunidad y turistas) también deben conocer sus derechos y deberes ejerciendo su rol de ciudadanos.

TURISMO Y DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

Para el desarrollo local y regional se necesitan múltiples conocimientos, teorías y modelos adecuados para superar los problemas sociales de búsqueda de bienestar y calidad de vida por medio de la participación cívica en la planificación y gestión (Sen, 2000; Buarque, 2004).

Uno de los principales abordajes estratégicos de la inclusión social es el desarrollo endógeno o local liderado por la comunidad en la aplicación de capacidades de acción, iniciativa y uso de potenciales y saberes intrínsecos. La mejora del nivel de vida de la población se realiza por sistemas de relaciones de cooperación y de recursos de las propias organizaciones del territorio comunitario (Vazquez Barquero, 2001).

Con sus particularidades, oportunidades geográficas y potencialidades turísticas, los territorios se tornaron económicamente activos. Las teorías de desarrollo de los destinos se fundan en la innovación de los productos turísticos por medio de la planificación estratégica para el posicionamiento mercadológico competitivo (Bagautdinova et al., 2012; Metaxas, 2009).

El desarrollo “sustentable” del territorio y la mejora de la calidad de vida de su población debe ser el principal objetivo de las políticas públicas y las comunidades. No obstante, en algunos territorios faltan emprendedores, la cultura del individualismo prevalece sobre la mentalidad del asociativismo y se preservan los privilegios de los grupos políticos dominantes (Vanová et al., 2010). Algunos autores incluso defienden el intervencionismo del estado en la gestión sustentable y en el control de los ciclos del desarrollo turístico como una forma de disminuir las disparidades regionales. Esto se funda en el efecto multiplicador del turismo, cuyo impacto indirecto tiene la propiedad de generar transacciones diversas con el ingreso recibido de los turistas (exportación de productos secundarios resultantes de las compras efectuadas por los turistas y los ingresos tributarios generados en el sector público) (Wahab, 1991; Beni, 2001).

Otro argumento para justificar su relevancia económica es que el turismo crea más oportunidades de trabajo por unidad de capital que una unidad de capital similar invertida en otro sector (Lickorish & Jenkins, 2000). Así, el turismo absorbe una cantidad expresiva de mano de obra a diferencia de sectores productivos de la economía como la industria y la agricultura, en los cuales se dispensa del personal debido a los avances tecnológicos.

Si el turismo no es planeado y administrado de manera sustentable puede causar serios problemas al lugar donde se practica. Entre los impactos negativos se enumeran el crecimiento desordenado de las ciudades, el desempleo, el desequilibrio ecológico debido al excesivo uso de los recursos naturales, el resentimiento hacia los turistas y el deterioro de los valores de la comunidad anfitriona, entre otros (Coriolano, 2006; Beni, 2001).

La planificación responsable del turismo debe permitir que aumente el índice de desarrollo humano, mejore la calidad de vida de la comunidad y que los visitantes vivan experiencias adecuadas a las expectativas en base a la sustentabilidad cultural y ambiental (Gabrielle, 2005; Philippi & Ruschmann, 2010).

Barretto (2004) define a la calidad de vida como el grado de satisfacción en aspectos como vivienda, transporte, alimentación, ocio, libertad, autonomía y seguridad financiera, entre otros. Asimismo, el proceso de planificación estratégica del turismo debe considerar ciertos principios básicos como la protección de los valores morales y culturales de la comunidad receptora.

Para Yázigi (2003) cuanto mayor es la calidad del turismo, mayor es el desarrollo social y humano. La degradación de las periferias urbanas debido a la pobreza, la violencia, la falta de saneamiento básico y la decadencia paisajística y arquitectónica constituyen escenarios de *antiturismo*. Esta reflexión es importante para contextualizar el patrimonio en el turismo cultural como ámbito favorable para la inclusión social, la calidad de vida y el desarrollo económico.

De acuerdo con Swarbrook (2002: 113) algunos de los principales impactos benéficos del turismo en las sociedades y culturas son *la mejora de la calidad de los museos; el aumento del interés por conservar las lenguas, hábitos y costumbres de los antepasados; el surgimiento de nuevos mercados para el artesanado y las formas tradicionales de arte; el crecimiento del respeto por la religión y el fortalecimiento del estilo de vida de la comunidad local.*

La revisión conceptual del turismo como campo de desarrollo socioeconómico fundamenta el argumento de que sus impactos negativos deben ser controlados, propiciando retornos y beneficios por medio de múltiples actividades y segmentos. El turismo reúne a la hotelería, operadoras, agencias de viajes, restaurantes y eventos, que proporcionan desarrollo socioeconómico en razón de las potencialidades y oportunidades del turismo cultural.

TURISMO CULTURAL

A pesar de las divergencias en relación a la idea de transformar bienes culturales en productos de valor económico por medio del turismo, las manifestaciones de identidades y los patrimonios culturales son materia prima de la producción turística; cuya comercialización puede ser una estrategia de inclusión social de las comunidades locales por medio de la generación de empleo e ingreso. La hipótesis de la humanización del turismo de Krippendorf (2005) implica aceptar los reflejos económicos del fenómeno buscando la igualdad de las relaciones mediante el incentivo de la diversidad cultural (Pires, 2001; Pearce & Butler, 2002; Molina, 2003). El turismo cultural es un segmento de la oferta turística constituido por bienes, servicios y atractivos como itinerarios urbanos o rurales, espectáculos musicales y teatrales, visitas a museos, artesanías y gastronomía (Smith, 1994; Schlüter, 2006).

Para Barretto (2004: 19) el turismo cultural es *aquel en el que el principal atractivo es algún aspecto de la cultura humana. Ese aspecto puede ser la historia, la vida cotidiana, las artesanías o cualquier otro que abarque el concepto de cultura.* García Canclini (1997) enfatiza las manifestaciones culturales como patrimonios que pueden ser transformados en bienes de valor económico comercializados en el mercado de consumo de las artes y el ocio. El turismo potencia y expande ese mercado disminuyendo el éxodo rural, incrementando las exportaciones y reduciendo las diferencias entre las clases por medio de la distribución de ingresos.

Arantes (1995: 21) dice que parece equivocada la idea de que *el pueblo no tiene cultura*, y se pregunta *¿cuál es el pueblo del que se habla?* La respuesta por un lado se dirige hacia el *pueblo-masa (en contraposición a elite), pensado como soporte de un no saber.* Por otro lado se dirige hacia *el pueblo que construye el espacio social donde se preservan las tradiciones nacionales. Muchos autores piensan la cultura popular como folclore, como conjunto de objetos, prácticas y conceptos (religiosos y estéticos) considerados tradicionales.*

Barretto (2000: 11) considera que el patrimonio cultural es *mucho más amplio y no incluye sólo los bienes tangibles sino también los intangibles, no sólo las manifestaciones artísticas sino todo el hacer humano, y no sólo aquello que representa la cultura de las clases más pudientes sino también lo que representa la cultura de los menos favorecidos*. La idea de Barretto (2000: 11) evoca claramente la importancia de la cultura popular, pues el *patrimonio dejó de ser definido por los lugares que albergan reyes, condes y marqueses y sus objetos, pasando a ser definido como el conjunto de todos los objetos, hábitos, usos y costumbres, creencias y formas de vida cotidiana de todos los segmentos que formaron y forman la sociedad*.

A pesar de que no siempre presentaron aspectos comunes el patrimonio cultural y el turismo son campos relacionados que se desarrollan de forma complementaria. Debido al sentido simbólico de sus valores, tanto los bienes materiales como los inmateriales son esenciales para la producción del turismo cultural (Smith, 1989; Murta & Albano, 2002; Yázigi, 2003; Biesek & Rejowski, 2006). Definido como herencia el patrimonio forma parte de la tradición cultural de la sociedad, es transmitido de generación en generación y su reinterpretación evoca imaginarios inherentes al turismo (Nuryanti, 1996).

Salazar (2011) identificó relaciones complejas de poder y de resistencia en el encuentro entre turistas y grupos receptivos culturales. Para Salazar (2011: 9) *el encuentro con el "otro" es central y la actuación profesional para facilitar el contacto cultural es crucial. Los turistas ejercen una acción contundente en la construcción de la imagen de las personas y los lugares visitados, influyendo y reformulando su auto-imagen*

Richards (2010) identificó que los estudios sobre políticas de turismo cultural para países de la OCDE se fundan en la valoración y preservación del patrimonio, el desarrollo económico y la generación de empleo, la revitalización física y económica, el fortalecimiento y la diversificación de la oferta turística, la retención de la población y el desarrollo del conocimiento de cultura.

Goodey & Murta (2002: 14) presentan un modelo de plan de interpretación del patrimonio, cuyas etapas incluyen desde el concepto de la propuesta hasta las formas de gestión administrativa y financiera. *Interpretar es revelar significados, provocar emociones, estimular la curiosidad, entretener e inspirar nuevas actitudes en el visitante y proporcionar una experiencia inolvidable de calidad*.

Más allá de los atractivos los destinos deben ser objeto de estudios y producción de conocimientos. La estrategia es la ambientación de base histórica (*living history*) con escenografía, vestuario, iluminación, música, gastronomía y dramatización, creando una atmósfera de época (Pires, 2001; Kotler & Kotler, 2008). También el branding o marketing turísticos son estrategias para crear una imagen positiva y fortalecer la hospitalidad de los destinos (Äzena & Keiss, 2009).

Para Urry (2001) la autenticidad de los destinos turísticos también es escenificada mediante la producción de escenarios paisajísticos y la actuación de las personas observadas por los turistas. Debido al constante cambio, reinvención y transformación de las culturas las escenificaciones no son inadecuadas porque se preserva la diferencia o diversidad de una cultura en relación a otra.

La creación de espacios de valoración estética y fundamentación histórica en base a modelos consistentes es fundamental para la consolidación sistémica virtuosa del turismo cultural. La dimensión cultural del turismo puede darse en la perspectiva emocional y humanizadora de la inclusión social y del desarrollo socioeconómico y humano. La estrategia para la gestión del turismo en esta perspectiva es formular preguntas como: ¿Las acciones de marketing turístico contemplan la identificación de mercados para la producción de la cultura popular? ¿Existen en las comunidades sectores o grupos de la cultura popular marginalizados por el turismo? ¿Qué entienden los gestores del turismo local o regional por cultura popular? ¿Existen estudios, investigaciones y carreras para preservar y desarrollar la cultura popular como fuente de sabiduría y conocimiento? ¿Qué tipologías manifiestan la cultura popular en la región considerando artesanado, creencias, leyendas, rituales, recetas, juegos? ¿Qué productos ofrece el comercio regional, piezas de la cultura popular local o productos importados? ¿Se identifica en las comunidades locales algún sentimiento negativo como prejuicios, discriminación, rechazo, exclusión o violencia? (Tomazzoni, 2009).

Las respuestas a estas preguntas conforman la condición para que el turismo sea un factor de inclusión social y desarrollo local. El artículo discute si esto se da en los lugares seleccionados: Salvador en Bahía y Porto Rico en Paraná.

METODOLOGÍA

Además de la revisión bibliográfica el método de investigación de naturaleza cualitativa, descriptiva y exploratoria, incluyó la observación directa, el análisis de contenido, el análisis del discurso y la historia oral y entrevistas con los sujetos representativos de las organizaciones no gubernamentales y los gestores del poder público. El análisis de contenido y el análisis del discurso son métodos cualitativos aplicados para interpretar el contenido de los textos y documentos. Estos análisis se orientan por criterios como el contexto, objeto o *corpus*, sujetos entrevistados, preguntas formuladas, objetivos de la investigación, subjetividad e independencia científica del investigador (Bardin, 1977; Barros & Lehfeld, 1991; Moraes, 1994).

Para interpretar los datos de carácter connotativo y denotativo es necesario que se conozca el tema o la realidad sobre la que tratan los contenidos verbales y escritos. La función del análisis de contenido y del discurso es aplicar los conceptos teóricos a la interpretación de la realidad que se describe (Fairclough, 2001).

Los procedimientos de la historia oral priorizan a través de la construcción de fuentes y documentos registrar las narrativas inducidas y estimuladas, testimonios, versiones e interpretaciones sobre la historia en sus múltiples dimensiones: fáctica, espacial, conflictiva y consensual (Delgado, 2006: 21). El trabajo con la historia oral consiste en el registro de testimonios de carácter histórico y documental de actores, acontecimientos, hechos o modos de vida de la historia contemporánea (Alberti, 2004). La memoria es la materia prima privilegiada. Consiste en relevar datos por medio de entrevistas con personas que han vivido hechos asociados al objeto de la investigación. El método privilegia las entrevistas a personas que participaron y testificaron acontecimientos y visiones del objeto de estudio.

En Salvador se investigaron documentos del Instituto del Patrimonio Artístico y Cultural de Bahia (IPAC) sobre quién permanecería o no en el Pelourinho, se revisaron los planes de gestión en todas las etapas y la documentación periodística (especialmente el Jornal A Tarde). Además, se realizaron entrevistas a los presidentes de entidades que representan organizaciones no gubernamentales y actúan en la preservación y desarrollo cultural del espacio: Grupo de Defensa y Promoción Socioambiental (GERMEN), Asociación Artística y Cultural Diáspora y Asociación Cultural de Preservación del Patrimonio Bantu (ACBANTU). Las tres tienen sede en el Pelourinho.

En Porto Rico se investigaron los documentos de la parroquia local, documentación periodística representada principalmente por el Jornal do Noroeste (Paranavaí/PR) y la Folha de Londrina (Porto Rico), entrevistas con el prefecto, los gestores públicos y el párroco local, y diálogos con los participantes de la comisión organizadora de la Fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes.

En base a la fundamentación teórica el análisis aplicó las siguientes dimensiones conceptuales: 1) industrialización de la imagen y transformación del ambiente en objeto de consumo; 2) turismistificación y alteración de identidades culturales; 3) inversión en urbanización e infraestructura; 4) marketing en el contexto del crecimiento capitalista buscando insertar los destinos y atractivos en el mercado turístico; 5) gobernanza (democracia, comunicación, planificación y gestión participativos); 6) administración pública (responsabilidad de los gestores en la satisfacción de las necesidades de la población); 7) desarrollo socioeconómico endógeno (libertad de elección, inclusión social, bienestar y calidad de vida); 8) turismo cultural (impactos positivos y negativos, incentivo a los valores, diversidad y autenticidad y manifestaciones culturales como bienes de valor económico); 9) planificación estratégica de interpretación del patrimonio y la ambientación cultural; y 10) humanización por medio del conocimiento tácito de las comunidades locales y del conocimiento científico de los profesionales especializados.

TRANSFORMACIONES ESPACIALES E IDENTITARIAS EN SALVADOR/BA

El lugar donde hoy se encuentra el Pelourinho en el centro histórico de la ciudad de Salvador fue durante siglos la residencia de la elite baiana. Entre las décadas finales del siglo XIX e inicios del XX

ese lugar experimentó un cambio en el perfil de sus pobladores. La elite que antiguamente construía caserones imbuida por nuevos conceptos residenciales se mudó a otros lugares. En las dos primeras décadas del siglo XX los profesionales liberales vivían allí. Desde entonces el Pelourinho fue ocupado por la población pobre que alquilaba y subalquilaba las habitaciones de los caserones y vivía de trabajos esporádicos.

Estos ocupantes permanecieron allí por cinco o seis décadas marcándolo como lugar que expresaba la tradición africana de los antepasados, percibida en la música de percusión, el samba-reggae, las coloridas artesanías y las pinturas naif. Allí se encontraban grupos como el Afoxé Filhos de Gandhi y el Olodum y una gastronomía que reunía bebidas como el *cravinho* y platos de *vatapá*, *acarajé* y *xinxim de gallina* (Zanirato, 2007).

En 1967 Michel Parent, Inspector Principal de los Monumentos Históricos del Ministerio de Cultura de Francia y consultor de la UNESCO, estuvo en el Centro Histórico de Salvador y vio la posibilidad de explotación turística del espacio destacando la arquitectura barroca. Su discurso movilizó a los actores involucrados con el patrimonio a sugerir a la UNESCO que declare el lugar como Patrimonio Cultural de la Humanidad, lo cual se concretó en 1985.

Pero hasta principios de la década de 1990 el valor histórico y arquitectónico del sitio se contradecía con la degradación de los inmuebles, el desinterés del gobierno local y estadual y de los antiguos propietarios por conservar sus propiedades y la incapacidad de los ocupantes (la mayoría pobres) para mantenerlos. Una vista aérea del lugar rememoraba una ciudad bombardeada. En 1992 el gobierno que llegó al poder en el estado de Bahia asumió el compromiso de planear y ejecutar las tareas de restauración del Centro Histórico de Salvador. Para eso definió que la intervención se haría en etapas. La primera abarcaría 100 inmuebles distribuidos en cuatro cuadras del área donde se encuentra el barrio del Pelourinho.

Para la reconversión del lugar serían necesarias obras de reconstrucción funcional, el retiro de postes y la instalación de cableado subterráneo, además de un sistema de redes pluviales y desagües cloacales. El 25 de mayo de 1992 se realizó la convocatoria del concurso público. Se invirtieron 15 millones de dólares y se recuperaron 104 inmuebles donde habitaban 1.154 personas (A Tarde, 28.07.1993: 5).

El Pelourinho se transformó rápidamente. Los colores le dieron otra vida a las fachadas y los espacios abiertos a los antiguos patios sirvieron como plaza para eventos culturales patrocinados por el estado de Bahia. Restaurantes, bares y tiendas de artesanías completaron el reordenamiento de un espacio planeado para agradar al visitante. Una parte significativa de pobladores desocupó los inmuebles mediante acuerdos indemnizatorios. Otros no aceptaron la propuesta y fueron desalojados de sus casas. El 95% de los pobladores abandonó el lugar. Creían que era necesario remover a los

pobladores porque su presencia era incompatible con las expectativas del retorno del capital allí invertido.

El nuevo Pelourinho con sus caserones restaurados fue inaugurado en marzo de 1993. Dicha acción fue posible porque el gobierno baiano se convirtió en propietario de inmuebles abandonados expropiados a sus antiguos dueños (30% del total) y mediante comodatos pasó a tener el derecho de uso de edificios particulares (70%) por un período de 5 a 10 años. Con ese poder pudo definir el uso del suelo, el perfil de las actividades deseadas y el tipo de poblador adecuado para instalarse en el Centro Histórico.

En base a las entrevistas con los representantes de las organizaciones asociativas se observó una mezcla de rabia y resignación en los pobladores desalojados, que insistieron en decir que la importancia del Pelourinho como atractivo turístico no radica sólo en la arquitectura sino también en las actividades culturales desarrolladas por la propia comunidad que vivía allí. La música de percusión, el samba-reggae, las artesanías coloridas y las pinturas típicas creadas en ese espacio eran atractivos del lugar que no podían separarse de la arquitectura.

No obstante, fueron desalojados y acomodados en barrios periféricos muy distantes del centro u ocuparon inmuebles en las calles próximas al espacio refuncionalizado. Este factor aumentó la marginalización social en la ciudad de Salvador que hoy se expresa en un número incontable de personas sin techo, durmiendo en las calles o amontonadas en las casas aún no recuperadas del entorno del Pelourinho que también conforman el Centro Histórico de Salvador.

El Pelourinho se transformó en una vitrina a ser apreciada por los turistas. Se abrieron tiendas, bares, restaurantes y hoteles en los espacios en donde antes había viviendas. Se perdió la habitabilidad. Durante el día las mujeres negras se vestían con turbante, faldas almidonadas, *pano da costa* (especie de chal) sobre los hombros y collares, recreando personajes del pasado esclavo del lugar. Con este traje permitían (pago mediante) ser fotografiadas por los turistas ávidos de exotismo.

En las tiendas se vendían pinturas naif, ropa de capoeira, instrumentos de percusión y una serie de objetos hechos a gran escala con un mismo molde que eran presentados como “artesanías”. En la noche se contaba con protección policial para proteger al turista de la población pobre que insistía en regresar al lugar.

La publicidad de la Secretaría de Turismo del Estado y del Ministerio de Turismo, unida a la formación de recursos humanos en la red de hospitalidad, convirtió a Salvador en uno de los puntos más visitados de Brasil. Los cambios del Largo do Pelourinho expresaron la turismistificación del lugar: la producción de un espacio, *un teatro donde se representa Salvador para los turistas* (Azevedo, 1994: 131).

Refuncionalizado para el usufructo de turistas el Pelourinho transformó su identidad. Por las calles del lugar comenzaron a circular turistas en busca de novedades. Los antiguos pobladores, impedidos de retornar, ya no lo reconocen. En vez de viviendas, puestos de artesanos, peluquerías y tabernas ahora hay tiendas, restaurantes y edificios públicos. La lucha de los antiguos pobladores para recuperar los espacios que tuvieron que abandonar en 1993 continúa casi veinte años después.

El presidente del Grupo de Defensa y Promoción Socioambiental (GERMEN), Claudio Mascarenhas, señala que *en la época de la reforma el Pelourinho era un enorme barrio bajo en estado de completa degradación física y socioeconómica y que dicho proceso ya se estaba realizando en la mayoría de los barrios vecinos. Las intervenciones físicas recalificaron los inmuebles construyendo o reconstruyendo la infraestructura. Se generó trabajo, empleo e ingresos con el cambio de uso, que pasó a ser dirigido por los objetivos anunciados con una fuerte campaña de apoyo, incentivo y promoción mediante un significativo programa gubernamental. Esto anuló el movimiento contestatario surgido en los inicios.*

Claudio Mascarenhas asevera que *aún se hacen intentos para volver (la mayoría sólo mediáticos) pero como es técnicamente sabido cuando un “producto turístico” sufre un golpe que genera su discontinuidad afectando su imagen en el mercado, es necesario un esfuerzo mucho mayor para su rehabilitación. Hasta el momento no se ha conseguido.*

Al afirmar que: 1) *el uso de los inmuebles que inicialmente eran residencias del pueblo pobre y con la reforma se tornaron de uso no residencial priorizando los negocios de cultura y turismo, precisa ser revisto;* 2) *proponemos un uso mixto inducido que contemple los dos tipos;* 3) *buscando formar una comunidad local para dar vida y mantener los inmuebles, espacios y equipamientos reduciendo el nivel de subsidios a un programa de funcionamiento artificial del barrio;* el análisis del presidente del GERMEN representa el interés ético y legítimo de la sociedad soteropolitana y fundamenta consistentemente las referencias académicas sobre desarrollo del turismo local.

TRANSFORMACIONES ESPACIALES E IDENTITARIAS EN PORTO RICO (PR)

La ciudad de Porto Rico, en el Estado de Paraná, fue fundada en abril de 1964. Se sitúa en la margen izquierda del río Paraná donde éste se extiende y forma playas e islas. Conforme el censo del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE, 2013), en sus tierras vive una población de 2.140 habitantes cuyos ancestros se instalaron en la década de 1960 para trabajar en la agricultura de subsistencia y la pesca ribereña.

En su mayoría católica, la población no tardó en rendir homenaje a Nossa Senhora dos Navegantes, la santa protectora de los pescadores. Así, nace en agosto de 1966 una fiesta religiosa centrada en una procesión que llevaba la imagen de la Santa desde la capilla hasta los barcos en el río Paraná. El primer barco cargaba la imagen y era seguido de los demás barcos de los pescadores

que rodeaban la isla y volvían al puerto, mientras entonaban cánticos y oraciones. Luego se regresaba a la iglesia donde se celebraba una misa. Al caer la tarde se realizaba una quermese con el fin de recaudar dinero para construir una iglesia. Los pobladores también aprovechaban para vender alimentos y bebidas.

En sus primeras ediciones la fiesta era pequeña y reunía cerca de doscientas personas. Luego ganó notoriedad y fue incorporada por la municipalidad al calendario de eventos de la ciudad debido a su creciente poder para atraer fieles de las ciudades vecinas y del estado de Mato Grosso do Sul. El prefecto local calculó que la conmemoración religiosa, asociada a las bellezas naturales de la región, eran factores que debían ser explotados para atraer gente e impulsar el desarrollo local mediante el turismo. Así, el paisaje ribereño y la fiesta se convirtieron en elementos a ser tenidos en cuenta por la municipalidad debido al retorno económico que podían aportar al municipio. Esto llevó a difundir las bellezas naturales de Porto Rico y su fiesta en los medios regionales (Farias, 2011).

La publicidad produjo un inmediato aumento del número de visitantes que exigió que se cambiara el lugar de realización del evento, de la plaza central a la barranca del río Paraná. Además, la fiesta se extendió a dos días (sábado y domingo). A mediados de la década de 1990 se produjeron nuevas modificaciones. Primero se incorporó un *churrasco* (parrilla) en la plaza pública como un atractivo más para los visitantes, luego se estableció un campeonato de natación y remo, y finalmente se sumó el concurso de la reina de la fiesta con un show musical. Actualmente la fiesta dura tres días (viernes, sábado y domingo) (Farias, 2011).

La publicidad de las bellezas paisajísticas de Porto Rico y el loteo de la tierra favorecieron el surgimiento de construcciones de segunda residencia a lo largo del río. El tamaño, las técnicas constructivas y los materiales empleados contrastaron con las casas rústicas de los pescadores artesanales.

Al mismo tiempo otra tipología de sujeto, el visitante de fin de semana, comenzó a circular por el lugar y a navegar las aguas del río en lanchas y jet skis. Se construyeron hoteles y posadas, tres marinas y un parque acuático. En el año 2000 se inauguró un hotel con 28 camas. En 2007 había cuatro (aumentó el 300%) con 70 camas (aumentó el 160%). En el año 2000 la ciudad tenía dos marinas con capacidad para 117 embarcaciones y en 2007 había cuatro marinas que podían albergar 267 embarcaciones (Galvão & Stevaux, 2010).

La especulación inmobiliaria se volvió intensa y se construyeron grandes mansiones en condominios reservados, contrastando con el paisaje natural y la rusticidad del lugar (Silva, 2002: 11). Los días destinados a la celebración resultaron en una invasión de personas buscando diversión. De doscientas o trescientas personas en la década de 1960 se creció a tres mil en 1975 (Folha de Londrina 03/09/1975: 2), diez mil en 1997 (Jornal do Noroeste – Paranavaí 03/09/1997: 8) y treinta mil en 2009 (Jornal do Noroeste – Paranavaí 02/09/2009: 16).

Los cambios generaron conflictos a los casi dos mil pobladores del lugar. Primero en relación a la celebración litúrgica que se hacía a la orilla del río y se trasladó al interior de la iglesia y luego los pescadores comenzaron a dedicarse al transporte de turistas de un lado al otro del río porque les resultaba más lucrativo que la pesca. También resultaron frecuentes los accidentes y muertes en el río debido a la ingesta de alcohol. Además, los precios de los productos comercializados a los turistas afectaron a la población local que dejó de consumir la producción de la tierra (Farias, 2011).

De acuerdo con los pescadores entrevistados por Silva (2002) el impacto de la explotación turística contribuyó a la desaparición de peces y animales nativos de la región debido a la caza y pesca descontrolada. Según estos pescadores los peces se refugian en regiones donde hay vegetación para alimentarse y como la mayoría de las casas de veraneo y los embarcaderos fueron construidos próximos al río los puntos de pesca (incluso el paisaje) fueron desmantelados.

Las modificaciones en las formas de uso del territorio afectaron los modos de vida y las relaciones de pertenencia e identidad con su espacio de referencia. Para los entrevistados (el prefecto, el párroco y los organizadores) la Fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes implicó acciones en la localidad que insertaron a Porto Rico en el escenario turístico regional. Ellos coinciden en que hubo impactos negativos y reconocen la necesidad de soluciones por medio de una mayor cooperación entre los sectores público y privado locales.

ANÁLISIS DE LAS TRANSFORMACIONES IDENTITARIAS DEL PELOURINHO Y DE PORTO RICO

Debido a su complejidad, implicación y alcance la gestión pública del turismo debe centrarse en la planificación integrada y participativa de los actores del sector público, la iniciativa privada y la comunidad local. En ambos casos (Pelourinho y Porto Rico) considerando el concepto de gobernanza (democracia participativa y libertad de elección) no hubo participación de la comunidad en la planificación y gestión de las propuestas de interpretación y transformación del patrimonio (acervo arquitectónico o patrimonio cultural material por un lado y patrimonio inmaterial por otro lado).

Aunque en teoría la gobernanza del turismo es considerada utópica por algunos, en la práctica la responsabilidad del poder público debe mantener un mínimo intercambio dinámico de comunicación con la comunidad local. Los medios de prensa y la tecnología de la información pueden contribuir con la gestión democrática de la comunicación. Las elecciones de los gestores públicos (prefecto municipal y gobernador estadual) fueron democráticas. En las gestiones públicas del turismo en Salvador (BA) y Porto Rico, en base al análisis de contenido de las notas periodísticas y las respuestas de las entrevistas con los pobladores locales, las decisiones de refuncionalización del Pelourinho y la Fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes fueron autocráticas y antidemocráticas causando la turismistificación de los espacios.

Por medio de los procedimientos de investigación (revisión bibliográfica, investigación documental y entrevistas) se verifica que las etapas de intervención no contemplaron la participación de la comunidad local en las decisiones de transformación territorial ni siquiera a través de la representación de organizaciones asociativas de trabajadores y pobladores o consejos comunitarios. Aún así es innegable que las iniciativas generaron beneficios como mejora de la infraestructura, aumento del flujo turístico, creación de nuevos emprendimientos y crecimiento económico. Los impactos negativos como el desalojo de los pobladores en Salvador, el encarecimiento de los precios y el deterioro socioambiental en Porto Rico son indicadores de que no hubo desarrollo socioeconómico, pues se perjudicó la calidad de vida de las comunidades locales.

Aunque los cambios en la fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes hayan sido decididos por el prefecto el evento fue bien realizado en las ediciones en las cuales la comunidad estuvo involucrada. Por otro lado, la expansión de la oferta de la red de servicios y atractivos turísticos en Porto Rico alteró la participación de la comunidad local y la contribución del turismo al desarrollo local se dio de forma exógena. El análisis de las entrevistas a los gestores públicos mostró que defienden las ventajas, los beneficios y los retornos de las inversiones en urbanización, infraestructura y marketing para el crecimiento del turismo mediante su inserción en el mercado capitalista, mientras que la población local participó muy poco en el proceso administrado por trades turísticos con escaso retorno para los pobladores.

El simbolismo del Pelourinho se modificó con la refuncionalización espacial. La nueva ambientación estética del patrimonio arquitectónico y la actuación de las mujeres caracterizadas con vestimentas para la animación turística fueron coherentes con las propuestas de innovación de la oferta turística en base a la promoción de una fecha histórica, que no necesariamente coincide con las identidades culturales. En base a las entrevistas se verifica que para los gestores de las entidades representativas de la sociedad soteropolitana, la iniciativa fue exitosa al convertir a Salvador en uno de los destinos turísticos más visitados de Brasil. La estrategia de la ambientación histórica puede ser interpretada como una explotación de las personas que además de ser desterritorializadas son “disfrazadas” para escenificar la animación turístico-comercial.

Tanto en el caso del Pelourinho como en la Fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes de Porto Rico, el problema no fue la decisión de invertir en turismo como estrategia de inclusión social y desarrollo socioeconómico. El problema fue cómo se determinaron las decisiones y cómo se implementaron las etapas.

Las entrevistas con los líderes de las entidades representativas de la cultura, el medio ambiente y el turismo de Salvador y con los gestores de Porto Rico muestran la rabia, la resignación, la marginalización y el profundo alejamiento con la turismistificación. Son indicadores claros del carácter injusto y arbitrario del modelo de gestión turística implementado, que provocó el desalojo, el rechazo

y la exclusión social de los antiguos pobladores del centro histórico del Pelourinho y de la comunidad de pescadores de Porto Rico.

Las entrevistas comprobaron casi por unanimidad que no había una perspectiva de gestión organizacional con una planificación estratégica endógena y participativa que permitiera reducir los impactos negativos y las amenazas del turismo. No se potenciaron los impactos positivos y las oportunidades por medio del monitoreo de las variables controlables e incontrolables de los ámbitos económico, político, social, cultural y tecnológico en los que se desarrollan las actividades productivas; principalmente en el caso de la Fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes. Incluso se violó el derecho constitucional de propiedad tanto material como inmaterial.

En el Pelourinho y Porto Rico la gestión pública sin la participación y sin el compromiso de los actores locales en el desarrollo turístico aumenta aún más los riesgos de producir un turismo cultural y ambiental no sustentable. Se priorizaron las potencialidades y oportunidades económicas del turismo en detrimento de la participación cívica y la gobernanza del turismo por parte de los actores buscando la inclusión social, la calidad de vida y el bienestar de las comunidades locales.

Las ofertas de productos, atractivos y servicios turísticos creados en razón de las iniciativas de revitalización arquitectónica y cultural del patrimonio y la ambientación histórica del Pelourinho y de la expansión del evento festivo religioso de Porto Rico, atrajeron más turistas pero las colectividades receptoras no fueron plenamente contempladas en los retornos y beneficios de las economías locales. Son varios los grupos insatisfechos principalmente con la desterritorialización. Se transgredieron los valores morales y los principios éticos políticamente legitimados y reconocidos por la propia teoría de la administración pública.

La crítica en relación a la transformación de la sociedad, la cultura y el medio ambiente en objetos de consumo no se relaciona con la valoración de las identidades locales, que crea productos culturales para el mercado turístico. La crítica es en relación al modelo excluyente, que explota los valores de la cultura popular en beneficio de los grupos más poderosos y de los segmentos económicos dominantes causando el riesgo de perder la identidad cultural.

El ciclo de innovación, revitalización identitaria y refuncionalización de la estética del patrimonio cultural material y los valores sociales inmateriales para el desarrollo del turismo sería exitoso si los beneficios retornaran a las propias comunidades locales. Esta fue la expectativa identificada en las entrevistas y el contenido de los textos periodísticos analizados.

A pesar de las dificultades, los problemas y los desafíos de mejorar la realidad de los casos analizados aún pueden ser solucionados y vencidos. Además de la libertad de expresión una de las ventajas del sistema político democrático de Brasil es la alternancia de poderes por medio del voto de los representantes que presentan mejores proyectos de inclusión social y de desarrollo. El turismo y

la cultura se han destacado en las propuestas gubernamentales de las últimas dos décadas. La posibilidad de elegir los mejores proyectos representa un avance significativo en la eficiencia y en la competencia de la administración pública del turismo, la cultura y el ocio. Es preciso avanzar en el fortalecimiento de la cooperación por medio de intercambios y de la planificación y gestión participativa de las comunidades locales. Los proyectos de turismo y cultura no son estáticos, la realidad es dinámica y la sociedad se transforma con el conocimiento.

Los actores de las comunidades locales pueden ser motivados a participar de la nueva refuncionalización de los espacios estéticos y de animación turística y cultural en base al reconocimiento de los valores históricos, los acervos y las manifestaciones de las identidades locales. Para la recuperación del medio ambiente de Porto Rico es fundamental la actuación de técnicos y profesionales especializados, tanto en la gestión de la capacidad de carga del turismo como en la revitalización de las reservas naturales y la reposición de las especies de peces del río Paraná. La implementación de una nueva fase de planificación y gestión podrá proporcionar distribución de riqueza material generada por el turismo y fortalecimiento de la riqueza espiritual de la población del Pelourinho en Salvador. La socialización de las oportunidades de empleo e ingreso por medio de la hospitalidad auténtica y las potencialidades del turismo cultural, podrán proporcionar orgullo, autoestima y desarrollo socioeconómico para las comunidades locales.

En cuanto al método de la bibliometría se observa la escasez de estudios y publicaciones sobre los casos analizados. Sólo se relevó el artículo de Zanirato (2007) que muestra la limitación de publicaciones sobre las mismas temáticas.

CONSIDERACIONES FINALES

El objetivo de este artículo fue analizar los casos del patrimonio histórico del Pelourinho en Salvador (Bahia) y la Fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes en Porto Rico (Paraná). Ambas experiencias referidas son ejemplares para entender los procesos de refuncionalización de lugares volcados a la demanda turística. Expresan una nueva lógica de organización espacial pautada en la explotación de elementos valorados como diferentes, exóticos y tradicionales. Son elementos que motivan flujos turísticos hacia lugares diferenciados por sus aspectos paisajísticos y por una determinada tradición cultural local. Así, en los dos casos se constata que las territorialidades tradicionales de los pobladores fueron bastante alteradas frente a las territorialidades turísticas de carácter masivo.

El sistema de turismo se caracteriza por la diversidad de segmentos que constituyen sus organizaciones productivas y asociativas. Los actores organizacionales y comunitarios del sistema de turismo deben ser contemplados en la planificación y gestión pública participativa de proyectos que generen transformaciones virtuosas de la realidad y proporcionen retornos positivos.

En el Pelourinho no hubo planificación y gestión participativa de las comunidades locales en la revitalización del patrimonio cultural y diversos grupos de pobladores fueron desterritorializados, aunque algunos recibieron una indemnización. En la Fiesta de Nossa Senhora dos Navegantes de Porto Rico el crecimiento fue posible con la participación comunitaria, pero no hubo coordinación y control de sus impactos por medio de la gobernanza del turismo local y hoy el patrimonio cultural inmaterial está en vías de desaparición.

La comunidad local debe ser un actor esencial del sistema organizacional del turismo. Además de actuar directamente en las decisiones, recibe los beneficios y los impactos negativos de la gestión pública del sector. Está constituida por el conjunto de personas que viven en los destinos turísticos y forman familias que trabajan en las empresas turísticas e interactúan con los turistas, cuya procedencia se caracteriza por la heterogeneidad de perfiles y expectativas. La dinámica social del turismo también afecta e influye a las personas no involucradas directamente en sus actividades. Tanto en Salvador como en Porto Rico diversos grupos se beneficiaron con el aumento del flujo y los ingresos del turismo posibilitando la creación de nuevos negocios. Esto trajo crecimiento pero no desarrollo socioeconómico.

La profunda interacción humana diferencia al turismo de los demás sectores productivos. Se trata de una actividad cuyo desempeño es realizado por personas debido a su contextualización organizacional en los servicios, a diferencia de la industria y la agricultura. Por más que sus atractivos sean artificiales (como la tecnología de los parques temáticos) o que sus escenarios sean materiales (como los edificios históricos) el turismo se forma con intensas relaciones entre personas y se implementa en razón de los aspectos humanísticos, racionales y emocionales. Así, es fundamental que además de cumplir con la responsabilidad de servir e involucrar a la población en las políticas públicas, la gestión pública del turismo proporcione retornos y beneficios democráticos a las comunidades de Salvador y Porto Rico.

Aunque sea de sentido común es importante observar que el destino, la ciudad o la localidad turística tengan condiciones de hospitalidad, bienestar y calidad de vida; en principio para los propios habitantes. Se supone que si los atractivos de recreación y cultura son agradables y brindan satisfacción y felicidad a la comunidad local, serán satisfactorios para los turistas.

Tanto en el Pelourinho como en Porto Rico aún es tiempo de involucrar a los actores, oír a las comunidades, organizar foros de debate y encuentros de socialización del conocimiento. Son diversas las propuestas de métodos de análisis y gestión del turismo cultural y ambiental que pueden contribuir con la sustentabilidad turística cultural y ambiental y el desarrollo socioeconómico local, conforme se destaca en los ejemplos de modelos de planificación y gestión del patrimonio y de las dimensiones y elementos del turismo presentados en el marco teórico de este estudio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agranoff, R.** (2006) "Inside collaborative networks: ten lessons for public managers". *Public Administration Review*, Massachusetts, Special Issue, pp. 56-65
- Alberti, V.** (2004) "Ouvir, contar. Textos em história oral". FGV, Rio de Janeiro
- Arantes, A.** (1995) "O que é cultura popular". Editora Brasiliense, São Paulo
- Āzena, L. & Keiss, S.** (2009) "Specifics territorial marketing strategy planning". *European Integration Studies* (3): 162–169
- Azevedo, R. M.** (1994) "Será o novo Pelourinho um engano?" *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional* 23: 130-138
- Bardin, L.** (1977) "Análise de conteúdo". Edições 70, Lisboa
- Barros, A. & Lehfeld, N.** (1991) "Projeto de pesquisa. Propostas metodológicas". Vozes, Petrópolis
- Barretto, M.** (2000) "Turismo e legado cultural". Papirus, Campinas
- Barretto, M.** (2004) "Relações entre visitantes e visitados. Um retrospecto dos estudos socioantropológicos". *Turismo em análise* 15(2): 133 - 149
- Beni, M.** (2001) "Análise estrutural do turismo". SENAC, São Paulo
- Bevir, M.** (2011) "Governance as theory, practice, and dilemma". In: Bevir, M. (Ed.) *The sage handbook of governance*. Sage, London, pp. 518-534
- Biesek, A. & Rejowski, M.** (2006) "Turismo e interpretação do patrimônio cultural em São Miguel das Missões (Rio Grande do Sul)". In: Barretto, M. *Anuário de pesquisa do mestrado em turismo*. EDUCS, Caxias do Sul, pp. 15-36
- Bagautdinova, N.; Gafurov, I.; Kaleskaya, N. & Navenkova, A.** (2012) "The regional development strategy based on territorial marketing (the case of Russia)". *World Applied Sciences Journal* 18 (Special Issue of Economics): 179 -184
- Buarque, S. C.** (2004) "Construindo o desenvolvimento local sustentável". Garamond, Rio de Janeiro
- Castells, M.** (2007) "A era da informação. Economia, sociedade e cultura". Paz e Terra, São Paulo
- Coriolano, L. N.** (2006) "O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza". Annablume, São Paulo
- Delgado, L. A. N.** (2006) "História oral. Memória, tempo, identidades". Autêntica, Belo Horizonte
- Fairclough, N.** (2001) "Teoria social do discurso". In: Fairclough, N. *Discurso e mudança social*. Editora da UnB, Brasília, pp. 89-136
- Farias, V. M.** (2011) "A festa de Nossa Senhora dos Navegantes em Porto Rico (PR). Repercussões da atividade turística". *Dissertação (Mestrado em História)*. Universidade Estadual de Maringá, Maringá/PR
- Folha de Londrina** (03/09/1975) Porto Rico, pp. 2
- Gabrielle C.** (2005) "Turismo, patrimônio e novas territorialidades em Ouro Preto- MG". *Dissertação de Mestrado em Geografia*, UNICAMP, Campinas/SP
- Galvão, V. & Stevaux, J. C.** (2010) "Análise dos riscos e possíveis impactos ambientais da atividade turística, no hidrossistema do alto curso do rio Paraná, no trecho da região de Porto Rico (PR)". *Revista Nordestina de Ecoturismo* 3(1): 27-43
- García Canclini, N.** (1997) "Culturas híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade". Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo

- Goodney, B. & Murta, S.** (2002) "Interpretação do patrimônio para visitantes. Um quadro conceitual". In: Albano, C. & Murta, S. (Orgs) Interpretação do patrimônio. Um exercício do olhar. UFMG/Território Brasília, Belo Horizonte, pp. 13-46
- Goodwin, M.** (2013) "Regions, territories and relationality: exploring the regional dimensions of political practice". *Regional Studies* 47(8): 1181 – 1190
- Jornal A Tarde** (28.07.1993) Salvador/BA, pp. 5
- Jornal do Noroeste** (03/09/1997) Paranavaí/PR, pp. 8
- Jornal do Noroeste** (02/09/2009) Paranavaí/PR, pp. 16
- Harvey, D.** (1989) "The condition of postmodernity. An enquiry into the origin of cultural change". Cambridge Mass – Blackwell, Cambridge
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** (2013) Disponível em www.ibge.gov.br Acesso em 15 de março de 2014
- Kissler, L. & Heidemann, F.** (2006) "Governança pública: novo modelo regulatório para as relações entre estado, mercado e sociedade?" *Revista de Administração Pública* 40(3): 479-499
- Kotler, N. & Kotler, P.** (2008) "Museum marketing and strategy. Desining missions, building audiencies, generation revenue and resources". Jossey-Pass, San Francisco
- Krippendorf, J.** (2005) "Sociologia do turismo. Para uma nova compreensão do lazer e das viagens". Aleph, São Paulo
- Lage, B. H. & Milone, P. C.** (1996) "Economia do turismo". Papirus, Campinas
- Lickorish, L. L. & Jenkins, C. L.** (2000) "Introdução ao turismo". Campus, Rio de Janeiro
- Metaxas, T.** (2009) "Place marketing, atrategic planning and competitiveness: the case of Malta". *European Planning Studies* 17(9): 1357-1378
- Molina, S.** (2003) "O pós-turismo". Aleph, São Paulo
- Moraes, R.** (1994) "Análise de conteúdo. Limites e possibilidades". In: Engers, M. E. A. (Org). Paradigmas e metodologias de pesquisa em educação. EDIPUCRS, Porto Alegre, pp. 103-111
- Murta, M. S. & Albano, C.** (2002) "Interpretação, preservação e turismo. Uma introdução". In: Albano, C. & Murta, S. (Orgs) Interpretar o patrimônio. Um exercício do olhar. UFMG, Belo Horizonte, pp. 9-12
- Nuryanti, W.** (1996) "Heritage and postmodern tourism". *Annals of Tourism Research* 23(2): 249 - 260
- Parker, R.** (2007) "Networked governance or just networks? Local governance of the knowledge economy in Limerick (Ireland) and Karlskrona (Sweden)". *Political Studies* 55(1): 113 -132
- Pearce, D. & Butler, R.** (2002) "Desenvolvimento em turismo". Contexto, São Paulo
- Philippi, A. & Ruschmann, D.** (2010) "Gestão ambiental e sustentabilidade no turismo". Manole, São Paulo
- Pires, M. J.** (2001) "Lazer e turismo cultural". Manole, São Paulo
- Rodrigues, A. B.** (2012) "Apresentação". In: Beni, M. (Org) Turismo, planejamento estratégico e capacidade de gestão. Desenvolvimento regional, rede de produção e *clusters*. Manole, São Paulo, pp. XX - XXIX
- Richards, G.** (2010) "Increasing the attractiveness of places through cultural resources". *Tourism, Culture & Communication* 10(1): 47-58
- Salazar, N.** (2009) "Imaged or magined? Cultural representations and the *tourismification* of peoples and places". *Cahiers d'Études Africaines* (193-194): 49-72

- Salazar, N.** (2011) "Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities". *Journal of Sustainable Tourism* 20(10): 9 - 22
- Santos, M.** (1959) "O centro da cidade de Salvador. Estudo da geografia urbana". *Publicações da Universidade da Bahia*, vol. IV, Salvador/BA
- Santos, M.** (1997) "Governabilidade, governança e democracia. Criação da capacidade governativa e relações executivo-legislativo no Brasil pós-constituente". *Dados – Revista de Ciências Sociais* 40(3): 335-376
- Sen, A.** (2000) "Desenvolvimento como liberdade". *Companhia das Letras*, São Paulo
- Shlüter, R.** (2006) "Gastronomia e turismo". *Aleph*, São Paulo
- Silva, E. A.** (2002) "Ilhados em Porto Rico. Do éden pessoal ao dilúvio social". *Dissertação (Mestrado) Ecologia de Ambientes Aquáticos Continentais. Departamento de Biologia, Universidade Estadual de Maringá, Maringá/PR*
- Smith, V.** (1989) "Hosts and guests. The antropology of tourism". *University of Pennsylvania Press*, Philadelphia
- Smith, S. L. J.** (1994) "The tourism product". *Annals of tourism research* 15(2): 582 - 595
- Stoker, G.** (2004) "New localism, progressive politics and democracy". *The Political Quarterly* 75(s1): 117–129
- Swarbrooke, J.** (2002) "Turismo sustentável. Conceitos e impacto ambiental". *Aleph*, São Paulo
- Vazquez Barquero, A.** (2001) "Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização". *UFRGS*, Porto Alegre
- Tomazzoni, E. L.** (2009) "Turismo e desenvolvimento regional. Dimensões, elementos e indicadores". *EDUCS*, Caxias do Sul
- Urry, J.** (2001) "O olhar do turista. Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas". *Studio Nobel-Sesc*, São Paulo
- Urry, J.** (1997) "Tourism, culture and social inequality". In Apostolopoulos, Y.; Leivadi, S. & Yiannakis, A. *The sociology of tourism. Theoretical and empirical investigations*. Routledge, London, pp. 133-155
- Vanová, A.; Borseková, K. & Foret, M.** (2010) "Importance of partnership and cooperation for territorial development". *Theoretical and Applied Economics* XVII(10): 73–82
- Yázigi, E.** (2003) "Civilização urbana, planejamento e turismo. Discípulos do amanhecer". *Contexto*, São Paulo
- Yeoman, I.** (2006) "Gestão de festivais e eventos. Uma perspectiva internacional de artes e cultura". *Roca*, São Paulo
- Wahab, S.** (1991) "Introdução à administração do turismo. Alguns aspectos estruturais e operacionais do turismo internacional. Teoria e prática". *Pioneira*, São Paulo
- Zanirato, S. H.** (2007) "A restauração do Pelourinho no Centro Histórico de Salvador, Bahia, Brasil: potencialidades, limites e dilemas da conservação de áreas degradadas". *História, Cultura e Cidade* (14): 37 - 45

Recibido el 01 de enero de 2014

Reenviado el 30 de junio de 2014

Aceptado el 08 de julio de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

LA CIUDAD CONSTRUIDA POR LA IMAGEN URBANA

Hoteles en la playa de Copacabana (Rio de Janeiro, Brasil) como símbolo de lugares

Luciano Torres Tricárico*

Priscilla Gastaldi**

Universidade do Vale do Itajaí

Balneário Camboriú, Brasil

Resumen: Se trata de una investigación cualitativa a partir de un estudio de caso. El objetivo es reconocer qué referenciales de lugar en la ciudad contemporánea pueden constituirse a partir de emprendimientos hoteleros dentro de la constitución de la imagen y el paisaje urbano. El objeto de estudio es la playa de Copacabana en Rio de Janeiro (Brasil). La recolección de datos se realizó a partir de las metodologías de imagen y paisaje urbano inferidas por teóricos como Gordon Cullen y Kevin Lynch, y de la sintaxis del lenguaje visual. Los resultados obtenidos llevan a interpretar que el espacio de la hotelería, esencialmente como imagen urbana, contribuye con la construcción de la ciudad guiada por referenciales de lugares; factor contemporáneo para la planificación urbana.

PALABRAS CLAVE: imagen urbana, paisaje urbano, hotelería.

Abstract: The City Built by Urban Image: Hotels on Copacabana Beach (Rio de Janeiro, RJ, Brazil) as a Sign of Places. This is a qualitative research from a case study with the goal is to recognize that references to place in the contemporary city can be from hoteliers within the constitution of the image and streetscape projects. For that, as hypothesized object, becomes the Copacabana beach in Rio de Janeiro, RJ, Brazil. Data collection for this object went be made from imaging methodologies and urban landscape, inferred by theorists such as Gordon Cullen and Kevin Lynch or syntax of the visual language. The results to take interpret the space of hospitality, essentially as urban image, contributes to the construction of the city guided by benchmarks places - Contemporary factor for urban planning and cities.

KEY WORDS: urban image, urban landscape, hospitality.

INTRODUCCIÓN

Se debe considerar que la planificación y el proyecto de la ciudad contemporánea se dan en muchos casos con los valores de la imagen y el paisaje urbano como lema, incluyendo los valores considerados por las poblaciones locales. Pero se debe verificar si esto ha sido recurrente en la historia de la disciplina urbanística. Para entender el valor contemporáneo dado a la imagen y al paisaje urbano es preciso remontarse a la historia del surgimiento de la ciudad industrial como objeto

* Graduado en Arquitectura y Urbanismo por la Universidad de São Paulo (USP), São Paulo, Brasil; maestría en Estructuras Ambientales Urbanas y doctor en Proyecto, Espacio y Cultura por la USP. Se desempeña como investigador y docente de grado y posgrado en la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneário Camboriú, Brasil; como coordinador del LaPa (Laboratorio de Paisajismo Aplicado) en la UNIVALI; y como investigador vinculado al CNPq (Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico), Brasília, Brasil. E-mail: tricarico@univali.br

** Graduada en Arquitectura y Urbanismo por la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneário Camboriú, Brasil; y becaria del programa Artigo 170 del Gobierno del Estado de Santa Catarina y el ProPPEC de la UNIVALI. E-mail: prigastaldi@hotmail.com

científico de la urbanística moderna. En este sentido, es preciso saber que la ciudad de la primera revolución industrial mecánica fue el soporte para las primeras iniciativas de “ordenamiento” de la ciudad, haciéndola “saludable” para un creciente número de trabajadores que debían producir incesantemente dentro de la lógica del capitalismo que se instalaba. Aparecen entonces los diversos modelos utópicos de ciudad. Se pueden observar las intervenciones de Haussmann en la París del siglo XIX, las de Ildefons Cerdá en Barcelona, los intentos en Viena y el trabajo teórico de Camillo Sitte (1935), las perspectivas urbanísticas de Ebenezer Howard con su “ciudad jardín” y los despliegues del *circus* o *crescent* de Bath en Inglaterra, entre otros. Estos modelos luego adquirieron notoriedad mundial como las intervenciones de Prestes Maia y las ideas de Anhaia Mello en el siglo XX en São Paulo; o las especulaciones urbanísticas de Le Corbusier y su “heredero” Robert Moses con sus proyectos de autovías en Estados Unidos.

Todas estas intervenciones, propuestas, proyectos y actitudes planificadoras se caracterizaron por lo que se denominó modernismo urbanístico y es posible observar que fueron actitudes racionales con la intención de “resolver” la ciudad como soporte para la producción industrial, una ciudad destituida de valores cognitivos como disfrute y deleite de su imagen generada.

Sin embargo, hacia fines de la década de 1980 e inicios de la década de 1990 esta actitud modernista no logró “resolver” los problemas de la ciudad contemporánea. Esto caracteriza una nueva manera de pensamiento sobre lo urbano y la ciudad, identificada como un valor posmoderno de las especulaciones urbanísticas. Así, se puede citar el trabajo contestatario del modernismo urbano de Jane Jacobs (2000). Además de los atributos de la participación de la población por medio de una investigación de los *lugares* de representación y referencia simbólica de los ciudadanos en los estudios de imagen y paisaje urbano, los mapas mentales o las visiones seriales de Lynch (2011) en la década de 1960. Ellos abordaban la interpretación de los propios habitantes de la ciudad para planificarla. También pueden citarse las contribuciones de Gordon Cullen (1983) a principios de la década de 1960 acerca de la ciudad “construida” por la acción de los propios pobladores.

Estos estudios acerca de la concepción de lo urbano a partir de la imagen de la ciudad contribuirán concomitantemente con la noción de *hospitalidad* urbana y su relación con los estudios en turismo. Esto se puede verificar en los trabajos de los investigadores brasileños Roberto Bullón (2000) y Lucio Grinover (2007), por ejemplo. Para ellos el “extranjero” se siente acogido, bien recibido, sabe por dónde tiene que ir, encuentra lo que busca, pasea despreocupado dedicándose a la contemplación sin riesgos de perderse porque existe una imagen de ciudad que crea *información* legible acerca del espacio urbano y las arquitecturas que lo componen. Dicha *información* es una expresión de *hospitalidad* urbana.

Es preciso entender que los modos de planificar el espacio urbano o la intervención en la ciudad se dieron a partir de la imagen y el paisaje urbano en el momento en que se ponía en tela de juicio lo que hasta entonces se conocía como modernismo. Por lo tanto, la metodología de esta investigación

basada en la imagen y el paisaje urbano es un hecho reciente si se consideran los valores de la ciudad como algo que no es efectivamente tan mutante.

Aunque existan iniciativas e implementaciones urbanas en este sentido es preciso sistematizar experiencias que aún no han sido debidamente observadas. Es el caso del objeto de esta investigación, la playa de Copacabana, construida a través de símbolos urbanos marcados por el servicio de hotelería. Hay que destacar que una de las hipótesis establecidas puede enfrentarse al hecho de que la premisa de una imagen urbana “planeada” anticipadamente no se dio en el caso de Copacabana, cuando se habla de la construcción de la ciudad a partir de sus atributos de imagen y paisaje.

Rio de Janeiro (Brasil) fue considerado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2013) como la primera ciudad en recibir el título de Patrimonio Mundial con Paisaje Cultural Urbano. Probablemente la playa de Copacabana y sus hoteles contribuyeron con esto. Se observa entonces la necesidad de enumerar las posibles explicaciones de la creación de esa “porción” de imagen urbana construida.

REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Aunque sea posible hacer efectivas las contribuciones de la imagen y el paisaje urbano como atributo para proyectar la ciudad a partir de las críticas al Movimiento Moderno de la urbanización, es preciso recordar que en 1882 Friedrich Ratzel (1882) publicó el primer volumen de su obra fundamental titulada *Anthropogeographie*, en la cual muestra la actividad humana (los primeros indicios de participación popular) en función del ambiente geográfico (entendido no sólo como físico y natural). De allí surge la “morfología social” en cuyo contexto se debaten las contribuciones de algunos sociólogos como Durkheim (y sus seguidores) y geógrafos (Gregotti, 2010: 61).

Pero la geografía encontró límites a la interpretación de la imagen y el paisaje urbano por tratarse de una ciencia del *presente espacial*. Por eso, muchas veces se desinteresaba de las lecturas formales de ese *presente* relacionadas con su significado; faltaba un carácter comunicativo estético (Gregotti, 2010: 64). Aunque en ese contexto se recordaba la obra seminal de Camillo Sitte (1899) acerca del papel referencial de la imagen urbana y su interrelación con la identidad ciudadana (por eso el ideal de considerar los deseos sociales) inferida sobre el valor estético de la ciudad.

De modo que la comprensión del paisaje urbano como objeto estético aparece en Lynch (2011) y sus colaboradores del IMT (Massachusetts Institut of Technology). Se debe destacar que la metodología de esos trabajos se amparaba en una estadística acerca del usuario en relación a la imagen urbana (la contribución efectiva del ciudadano participativo en el “diagnóstico” de la ciudad). Las limitaciones de esta metodología residen en evitar el rol del significado defendido por los autores

que lo preconizan (Gregotti, 2010:71). De esta manera los trabajos de Lynch (2011) se complementan con las contribuciones de la interpretación semiológica y semiótica.

En el caso de la semiología (surgida en Francia con Ferdinand de Saussure) se puede considerar la tradición crítica del estructuralismo lingüístico como interpretación de la forma de la ciudad en los trabajos de Françoise Choay (1965), Richard L. Meyer (1962) y Kees & Ruesh (1956). En el caso de la semiótica (surgida en Estados Unidos con Charles Sanders Peirce) se preocupa por la lógica del lenguaje específico del *espacio* yendo más allá de una comparación verbal escrita como en la semiología. En Brasil el pensamiento de Peirce (1999) motivó (de modo específico e innovador) las contribuciones de Lucrécia D'Alessio Ferrara (1988, 1999a, 1999b) sobre los significados urbanos.

Cullen (1983) propone que al introducir los hechos del mundo contemporáneo a la imagen de la ciudad (publicidad, cableados, nuevas tipologías edificadas, carreteras, infraestructura, etc.) se pueden intensificar sus características identitarias; preocupándose esencialmente por la sintaxis y la morfología urbana (Gregotti, 2010: 84).

Trieb & Schmitd a través de sus trabajos sobre urbanización y su consecuente enseñanza de urbanismo, desarrollaron una metodología para la imagen de la ciudad que utiliza la representación geométrica secundaria del espacio urbano para interpretar las condiciones imaginarias de las situaciones estudiadas. Para esto realizaron proyectos que garantizaban la calidad de la imagen de la ciudad (Kohlsdorf, 1996: 136-170).

Los estudios de Cullen (1983) y Lynch (2011) (y sus "herederos" intelectuales) fueron sistematizados, inventariados, reinterpretados y hasta criticados por Vicente Del Río (1990) y Maria Elaine Kohlsdorf (1996); dejando sus influencias en las investigaciones sobre morfología, paisaje e imagen urbana en el contexto brasileño.

En este sentido, un sistema de caracterización morfológica urbana es un conjunto instrumental de *representación* de los atributos morfológicos relevantes con la intención de evaluar el desempeño topoceptivo de *lugares*. La caracterización morfológica busca una síntesis de estructuras compuesta por características esenciales. La caracterización morfológica de lugar es una descripción de las variables incidentes en su comportamiento y permite orientar a los individuos hacia la identificación a través del espacio configurado (Kohlsdorf, 1996: 74-75).

Para Kohlsdorf (1996) la descripción de los métodos conocidos (mapas mentales, perfil de polaridad y diferencial semántico) no infiere suficientemente sobre el nivel de formación de la imagen mental, porque no investigan efectivamente las posibilidades cognitivas contenidas en la forma urbana en sí; debido a que su correspondencia con la forma real del espacio depende de la capacidad cognitiva y de representación del observador.

Rossi (1995) se sirve de las teorías de Lynch para explicar sus categorías de análisis en cuanto a la imagen urbana de las arquitecturas de la ciudad. Para definir un barrio el autor se apropia de la teoría de Lynch (2011) que lo define como una región de medio o gran porte de una ciudad, reconocible por sus características comunes y peculiaridades de diversas naturalezas. Está constituido por el área de residencias relacionada con la forma urbana que representa el modo de vida, las costumbres, los gustos y los hábitos de un pueblo, que sólo se modifican después de largos períodos de tiempo. La localización de la residencia se relaciona con los factores geográficos, morfológicos, históricos y económicos de la ciudad.

Los monumentos (puntos focales para Lynch) dan carácter a las naciones, civilizaciones y épocas; son representados por los conjuntos de arquitecturas monumentales que expresan poder en nombre del Estado o la religión y conforman un elemento de permanencia convirtiéndose en obras de arte porque poseen mayor valor que la memoria. Para definir una ciudad antigua se acude a los monumentos y construcciones urbanas, pues son símbolos de referencia del tiempo y el espacio. La condición de “monumento” para Rossi (1995) podrá vincular la legibilidad de un *tipo* en la ciudad (iglesia, foro, escuela, museo, etc.) al cual se atribuye una *tipología* capaz de identificar una sintaxis específica en la historia, sea por las técnicas constructivas o la organización espacial. El problema estaría en el hecho de que un *tipo* opere en la condición de *modelo* (cuando la arquitectura del presente “copia” una *tipología* del pasado). Carecería de interés para la historia y no se podría denotar su tiempo.

Si los atributos de forma y significado enumerados por los diversos autores se verifican en la imagen de la ciudad es posible inferir que ésta puede ser dotada de *hospitalidad* urbana. Para Grinover (2007: 82) la *hospitalidad* es un “don” del espacio que porta símbolos de accesibilidad, legibilidad e identidad (Grinover, 2007: 123), atributos ya sistematizados por Lynch (2011) y Cullen (1983).

Las teorías más recientes sobre la imagen urbana pueden ser vinculadas al debate acerca del análisis del significado o la forma urbana. Crisman (2006) cuestiona si el significado generado por la imagen urbana sería el mismo en los diferentes repertorios culturales de quienes “habitan” la ciudad, considerando a los turistas de otras culturas. De esta manera, existe una formación de la imagen urbana como significado y cognición (después de su recepción sintáctica en la mente) hecha esencialmente por el *individuo* (Stern & Krakmer, 2010). Así, las estrategias del city marketing o del trade turístico de una ciudad, consideradas como generalizaciones del repertorio por los receptores de la imagen urbana, pueden ser cuestionadas porque poseen implicaciones sociales y políticas atribuidas al poder público promotor de ese *city marketing* (Paddison, 2014).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La imagen urbana es entendida como un dato no verbal que caracteriza al *espacio* socialmente construido como generador de información. Se parte de la lectura del *espacio* y su representación (fotografías, plantas, cortes, perspectivas, etc.) para lograr nuevas hipótesis. Por tratarse de un sistema espacial es notoria su *plurisignificación* inherente, originando una gama de interpretaciones con diversas posibilidades relacionales. Se debe considerar que el método no se inicia con la formulación de una teoría que es aplicada al objeto con el fin de *deducir* alguna relación teórica, sino que se parte del *objeto* representado como generador de nuevas interpretaciones.

Así, se hace necesaria una lectura ambiental de la imagen de la ciudad representada gráficamente y del material iconográfico referente al objeto de estudio. Resultan útiles los estudios sugeridos por Lynch (2011) y Cullen (1983) acerca de la imagen urbana: mapas mentales y visión serial a partir del relevamiento fotográfico, así como el análisis de la forma arquitectónica de los hoteles y su morfología urbana. Se realizó en internet un “barrido” en busca de fuentes iconográficas y documentos en los portales oficiales brasileños que publican tesis sobre la imagen de Copacabana. La delimitación del tiempo para abordar el objeto fue el surgimiento de Copacabana como balneario y destino turístico en Rio de Janeiro. Se relevaron las publicidades de paquetes turísticos de los diferentes hoteles estudiados y se hicieron visitas técnicas para llevar a cabo el relevamiento fotográfico. La fotografía sola no comprende el factor primordial del análisis sino que es radical para la lectura ambiental visitar el lugar.

Las metodologías de Lynch (2011) y Cullen (1983) solas pueden limitar la interpretación porque hacen referencia esencialmente al rol semántico. Se debe agregar el valor sintáctico del lenguaje visual urbano considerando los principios de la sintaxis de la imagen urbana y sus atributos de color, tono, textura, tamaño y proporción, además de sus componentes interrelacionales.

ESTUDIO DE CASO: HOTELES DE LA PLAYA DE COPACABANA (RIO DE JANEIRO)

Las categorías del análisis morfológico de la arquitectura de los hoteles son: forma, composición, estilo arquitectónico, proporción, escala, materiales, texturas, color, iluminación, grafía, diseño del edificio, implantación de la edificación y retrocesos frontales respecto de la línea de acera. Las categorías de análisis para los significados de la arquitectura de los hoteles de la orla de Copacabana inspiradas por Lynch (2011) son: legibilidad, mojones, sendas, “nodos” urbanos, barrios y límites; y las inspiradas por Cullen (1983) son: visión serial, “silueta” urbana, apropiación del espacio, división del espacio urbano y “detalles” urbanos.

Análisis de la forma de los hoteles de la playa de Copacabana

En 2013 la playa de Copacabana en Rio de Janeiro presentaba 20 hoteles a lo largo de la costanera de la Avenida Atlântica (Figura 1 y Figura 2). En una primera visita al lugar de estudio se relevaron 12 de ellos por presentar características peculiares de forma, tamaño, proporción, escala, texturas, colores, tonos, etc., que los diferenciaban a lo largo de la avenida: Leme Othon Palace, Windsor Atlântica Hotel, Porto Bay Rio International Hotel, Copacabana Palace Hotel, Windsor Excelsior Hotel, Arena Hotel, JW Marriot, Pestana Rio Atlântica, Rio Othon Palace, Orla Copacabana Hotel y Sofitel Rio de Janeiro. Estos hoteles formaron parte del análisis de la sintaxis visual de la imagen urbana.

Figura 1: Imagen aérea de los hoteles de la playa de Copacabana (Rio de Janeiro)



Fuente: www.earth.google.com (Montaje: Charline Carelli)

El Hotel Leme Othon Palace está localizado en la Avenida Atlântica, lejos del ruido y la agitación característicos de Copacabana. Se ubica en el barrio de Leme y su nombre hace referencia a él. La implantación del hotel configura una peculiar esquina en la cual se entrelazan caminos en ambos sentidos de la Avenida Atlântica y la calle lateral sobre la cual se ubica el hotel. El acceso oblicuo a la calle también marca la diferencia en este hotel de la Avenida Atlântica (Figura 3).

Figura 2: Fachadas de los hoteles de la playa de Copacabana (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico y montaje de Priscilla Gastaldi

Figura 3: Fachada de la esquina del Hotel Leme Othon Palace (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografía de Luciano T. Tricárico

El edificio del hotel, revestido en piedra blanca, indica cierta monumentalidad (proporción y escala mayor que los edificios de su entorno inmediato); marcando la presencia del hotel como una imagen fuerte para el barrio de Leme (Figura 4).

Figura 4: Fachada del Hotel Leme Othon Palace (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Windsor Atlântica es un mojón visual dada su dimensión en forma vertical (Figura 5). Indica el ingreso a la Avenida Princesa Isabel (donde se implanta el hotel), transversal a la Avenida Atlântica, que es una importante vía de acceso a otros barrios de la ciudad. También es una referencia para el barrio de Leme. Posee un pórtico de estructura metálica y grandes letreros con el nombre del hotel (Figura 6). Los materiales constructivos y de revestimiento diferenciados de la mayoría de los edificios de la Avenida también le dan especificidad visual al hotel. La esquina se caracteriza por el uso de vidrio hasta el suelo marcando transparencia e interacción entre el espacio público y el ambiente interior, lo que también la diferencia de otras esquinas de la avenida.

Figura 5: Tres imágenes del Hotel Windsor Atlântica (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Figura 6: Dos imágenes de la esquina del Hotel Windsor Atlântica (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Porto Bay además de ser proporcionalmente mayor que los edificios que lo rodean, está revestido en piedra de color marrón y vidrios espejados. Posee un letrero de identidad visual que lo diferencia en medio de los tonos monocromáticos blancos de Copacabana (Figura 7). La forma redondeada de la esquina se diferencia de la homogeneidad ortogonal que caracteriza a los edificios de la Avenida Atlântica.

Figura 7: Secuencia de imágenes de Porto Bay en la Avenida Atlântica (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Copacabana Palace puede ser definido por su monumentalidad horizontal, pues su planta no es mayor que la de los edificios que lo rodean. Posee una gran masa edificada asentada horizontalmente sobre la planta baja y construida en estilo neoclásico y *art déco*. Lo caracterizan de manera única la simetría, los elementos decorativos de la fachada, las texturas y los volúmenes entrantes y salientes (Figura 8).

Figura 7: Secuencia de imágenes de Porto Bay en la Avenida Atlântica (Rio de Janeiro)



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Figura 8: Secuencia de imágenes del Hotel Copacabana Palace (Rio de Janeiro)

De izquierda a derecha: arquitectura neoclásica y *art déco* de la fachada y detalles decorativos de la fachada



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Dos grandes vacíos urbanos proporcionados por la arquitectura de este hotel lo caracterizan como un espacio diferenciado en el paisaje urbano, ya que la mayoría de las edificaciones de la avenida se encuentra “pegada” a la línea de la acera, sin retroceso frontal. Su diferencial está dado por la “generosidad” del alejamiento del edificio de la calle y el vacío sobre la piscina del hotel (Figura 9).

Figura 9: Secuencia de imágenes del Hotel Copacabana Palace (Rio de Janeiro)

De izquierda a derecha: retroceso frontal de la entrada y vacío urbano generado por la piscina del hotel



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Otro hecho que da una espacialidad diferenciada es la transparencia de la fachada principal hasta el suelo, la comunicación visual de los letreros con el nombre del hotel y el colorido de las banderas de diversos países sumadas a la de Brasil en la parte superior del edificio (Figura 10).

Figura 10: Secuencia de imágenes del Hotel Copacabana Palace (Rio de Janeiro)
De izquierda a derecha: transparencia de las tiendas en la fachada y banderas de varios países



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Windsor Excelsior se impone sobre una esquina de la Avenida Atlântica con sus dimensiones superiores a las de los edificios de su entorno. Presenta una fachada simétrica junto a la acera de la avenida y junto a la calle lateral sobre la cual se implanta. También los vidrios espejados lo diferencian del resto (Figura 11).

Figura 11: Secuencia de imágenes del Hotel Windsor Excelsior (Rio de Janeiro)
De izquierda a derecha: fachada junto a la acera de la Avenida Atlântica y fachada junto a la calle lateral



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Arena Hotel posee esencialmente vidrios espejados azules en su fachada, los cuales reflejan la imagen de la playa de Copacabana y junto con los letreros rojos de su identidad visual logran el equilibrio visual ponderado por los colores fríos de los cristales (Figura 12).

Figura 12: Secuencia de imágenes del Arena Hotel (Rio de Janeiro)

De izquierda a derecha: fachada junto a la acera de la Avenida Atlântica, fachada de la esquina y detalle de la fachada junto a la acera de la Avenida Atlântica



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel JW Marriott se constituye como un mojón debido al lenguaje posmoderno de su arquitectura, en medio de la predominancia de arquitecturas modernistas en la Avenida Atlântica. Posee simetría, color, revestimientos contemporáneos diferenciados, pórtico de entrada, gran proporción y escala en la altura y la base del edificio, destacados letreros en la fachada y detalle visual geométrico en forma de triángulo en la fachada (Figura 13).

Figura 13: Secuencia de imágenes del JW Marriott Hotel (Rio de Janeiro)

De izquierda a derecha: fachada junto a la acera de la avenida Atlântica y detalle de la fachada con pórtico de la entrada.



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Pestana Rio Atlântica se compone de los elementos distintivos de los edificios de su entorno como simetría, proyección de volúmenes en los balcones creando “rugosidades” y “texturas” y letreros de identidad visual en la fachada frontal y lateral del edificio (Figura 14).

Figura 14: Secuencia de imágenes del Hotel Pestana Rio Atlântica (Rio de Janeiro)

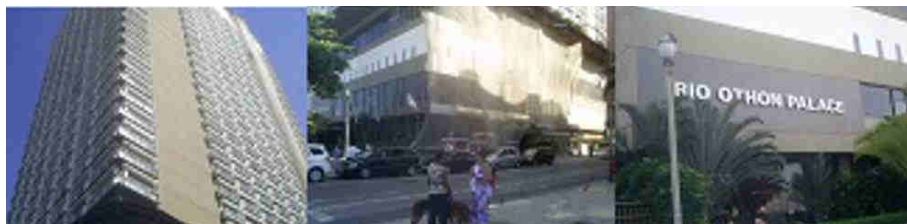
De izquierda a derecha: fachada junto a la acera de la avenida Atlântica y detalle de la fachada lateral a la avenida



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Rio Othon Palace posee una arquitectura proporcionalmente mayor a la de los edificios de su entorno. Dicha monumentalidad está marcada por elementos repetitivos en la composición de su fachada junto a la acera de la Avenida Atlântica. Tiene dos entradas (por la Avenida Atlântica y por la Calle Xavier da Silveira) que destacan la esquina con cubiertas y pórticos. Los letreros de comunicación visual corporativa también le dan un carácter peculiar al paisaje de la costanera (Figura 15).

Figura 15: Secuencia de imágenes del Rio Othon Palace (Rio de Janeiro)
De izquierda a derecha: fachadas, esquina y detalle de letreros de identidad visual



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Orla Copacabana Hotel con su fachada simétrica posee como materiales constructivos vidrios espejados y placas de aluminio, además de una cubierta que se proyecta hacia la acera de su entrada, poblada de banderas. Todos estos elementos organizados distinguen este hotel en el paisaje de su entorno inmediato (Figura 16).

Figura 16: Secuencia de imágenes del Rio Orla Copacabana Hotel (Rio de Janeiro)
De izquierda a derecha: fachada principal y detalle de entrada cubierta



Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

El Hotel Sofitel Rio de Janeiro con su forma curva en la esquina, quiebra el carácter ortogonal de la mayoría de los edificios de la costanera. Posee otros elementos constructivos y de morfología urbana que también le aportan peculiaridad: calle interna con comercios, un gran recorte frontal del edificio que le da mayor visibilidad al hotel, un gran vacío entre dos torres que conforman el hotel, fachadas con salientes y entrantes, texturas y “rugosidades” a diferencia de los volúmenes planos predominantes en la arquitectura de la avenida y el colorido de las banderas (Figura 17). Sin contar la ubicación geográfica del hotel, al final de la bahía urbanizada, como “entrada” a los barrios de Arpoador e Ipanema.

Figura 17: Secuencia de imágenes del Hotel Sofitel en la playa de Copacabana

De izquierda a derecha: esquina con curvatura de la arquitectura, espacio central vacío en el cuerpo del edificio y calle con comercios en la fachada

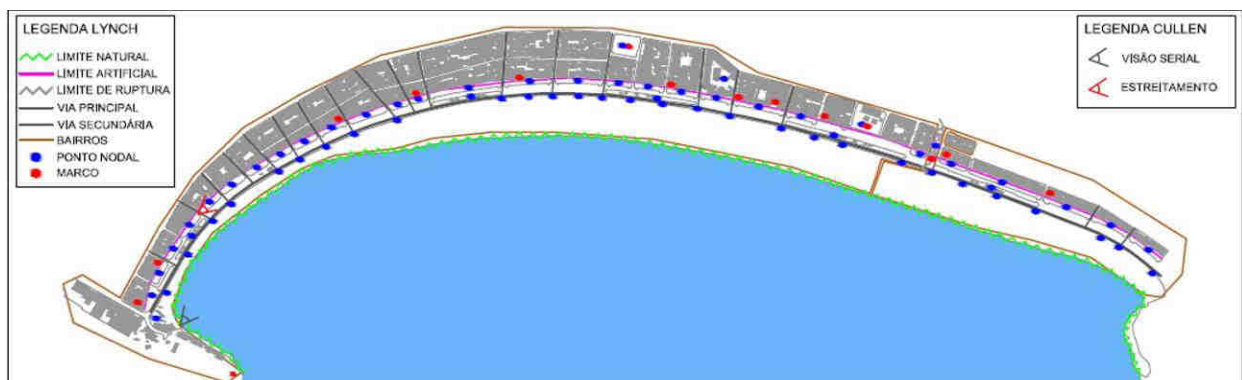


Fuente: Fotografías de Luciano T. Tricárico

Análisis de los significados urbanos

El análisis sintáctico anterior propone y justifica la interpretación de cada uno de esos hoteles estudiados como “marcos o mojones urbanos” (Lynch, 2011). La secuencia de visiones seriales denota “antítesis” espaciales evocadas por ejemplo por la inmensidad de la vista al mar contrapuesta al estrechamiento impuesto por el “paredón o muro” de los edificios. Las visiones seriales de Cullen (1983) comprenden una complejidad de sucesivas contraposiciones de las torres de los edificios a lo largo de la costanera edificada de Copacabana. Los alineamientos y agrupamientos ofrecen una mirada atenta que sigue un recorrido y provocan la elevación de ese mirar. Entonces, se trata de una ciudad con gran imaginación que se caracteriza por proporcionar una fácil identificación y estructuración visual (Figura 18). Hay que destacar que el “paredón o muro” pierde su masa homogénea por la diferenciación que la sintaxis de los hoteles puede proporcionar.

Figura 18: Mapeo de la orla de Copacabana (2013) mediante las metodologías de Kevin Lynch (2011) y Gordon Cullen (1983)



Fuente: Elaboración de mapeo Priscilla Gastaldi

Según Cadernan (2010: 39) para Lynch la presencia de elementos contruidos (“paredón o muro” vertical) o naturales (horizontalidad de la playa y el mar) ayuda a crear la referencia de una imagen fuerte en el medio urbano, permitiendo al residente o al turista su orientación y la apropiación del espacio (Figura 19).

Figura 19: A la izquierda vista del estrechamiento y a la derecha vista de la “revelación” (Gordon Cullen) a partir de la visión serial en Copacabana



Fuente: Google Earth Street

La singularidad, otra categoría observada por Lynch, puede ser entendida por la claridad y nitidez entre el “muro o pared” y la playa y el mar. La simplicidad de la forma según Lynch puede ser garantizada por la síntesis visual de la masa edificada, de la “pared” de edificios. El alcance visual está proporcionado por la “revelación” y la amplitud visual de la bahía (Figura 19). Cullen podría afirmar que la perspectiva de la costanera de Copacabana “edificada” provoca una sensación de delimitación, definida como “idea de estrechamiento”. *“Las paredes edificadas provocan una sensación de presión y constricción a los peatones”* (Cullen, 1983: 40). Esta sensación también genera la expectativa de llegada. Lynch las definió como “fronteras, barreras o límites”, responsables de delimitar una región de otra. Pueden ser más o menos penetrables y le dan unidad visual a la imagen del lugar, como la síntesis de la unidad visual del “muro”; aunque éste se hace permeable a través de las calles laterales a la avenida, “anunciadas” por los hoteles que destacan sus entradas (dadas sus características sintácticas diferenciadas del “paredón o muro”).

Otro elemento presente en la teoría de Lynch y que es recurrente en la orla de Copacabana es el punto focal. Diversas prolongaciones en la parte frontal de algunas cuerdas de la orla (con el retiro de los hoteles) diferencian la relación de la edificación con la calle y definen una situación que surge como “confirmación” del *lugar*, pues los volúmenes salientes y entrantes del terreno causan sorpresa y el observador toma conciencia de la llegada al aparecer el vacío urbano. También se comprueba la teoría de Cullen (Caderman, 2010: 43) al afirmar que la condición de la edificación retirada de la acera puede convertirse en un mojón dentro de la imagen de una vía, ya que a pesar de ser un modelo repetido se puede lograr un espacio particularizado y convertido en un punto visual distintivo (Hotel Copacabana Palace y Hotel Sofitel).

Cabe destacar que el límite entre los barrios de Copacabana y Leme garantiza su legibilidad mediante la Avenida Princesa Isabel y la verticalidad monumental del Hotel Windsor Atlântica. Así, no toda la costanera es un símbolo de las representaciones mediáticas que enfatizan la identidad e imagen de la ciudad de Rio de Janeiro que impera en el mundo, “inspira” poesías como la *“princesinha do mar”* (música de Braguinha y Alberto Ribeiro) y vive en postales que identifican el destino Rio de Janeiro. En algunas ocasiones esas postales reproducen específicamente al Hotel Copacabana Palace, que también adquirió “visibilidad” por haber recibido a jefes de estado, reyes, reinas, príncipes, princesas, estrellas del cine y el rock, entre otros.

En 1985 se proyectó la demolición del Hotel Copacabana Palace pero fue declarado patrimonio histórico-arquitectónico por los ámbitos federal (IPHAN), estadual (INEPAC) y municipal (SEDREPAHC) (Wikipedia, 2013). En tanto que series televisivas como “CopaHotel” (red de televisión GNT) denotan la importancia del significado de los hoteles de Copacabana. Este significado o valor también aparece en la vida cotidiana de las personas. Al tomar el bus del Aeropuerto del Galeão que va hacia Rio de Janeiro los turistas y los residentes al pasar por los barrios de Copacabana y Leme, le dicen al conductor: “déjeme en el Windsor”, “déjeme en el Copa” o “bajo en el Sofitel”. Esto significa que se trata de hoteles que funcionan como referencia de *lugares*.

Resultados posibles

Para Lynch (2011) la percepción es estimulada por la diferenciación de las arquitecturas y en este caso estudiado es evidente la “diferenciación” que la sintaxis visual de los hoteles puede ofrecer a lo largo de la costanera de Copacabana. El hecho de que estos hoteles favorezcan la percepción los convierte en un condicionante para una ciudad más hospitalaria.

“[...] La ciudad se torna más hospitalaria en la medida en que el usuario la “lee” con más facilidad y sus elementos constitutivos son percibidos e interpretados sin grandes esfuerzos [...] Se estudian los elementos destacados del paisaje urbano, aquellos que presentan individualidades, trazos de singularidad, puntos particulares y específicos del paisaje, que diferencian y caracterizan el espacio urbano que está siendo estudiado. Esto parece ser un punto fundamental de las características de la hospitalidad, ya que ella vive de las especificidades de los lugares” (Grinover citado por Dias, 2002: 35-36).

Si los hoteles pueden vincularse al ideal de *hospitalidad* también pueden a partir de este estudio hacer evidente el atributo de *hospitalidad* como imagen urbana. La *hospitalidad* de la ciudad está marcada por la memoria de símbolos espaciales (monumentos, arquitecturas, plazas, parques infantiles, etc.) como experiencia social colectiva y para el turista la memoria de la imagen del hotel puede ser un símbolo socialmente construido, considerando la recurrencia de postales que caracteriza al Hotel Copacabana Palace.

El Hotel Copacabana Palace a partir de la interpretación de Aldo Rossi (*tipo, tipología y modelo*) puede constituirse en un *modelo*. Así, surge el problema acerca de una arquitectura neoclásica que no denotaría su tiempo ya “moderno” en 1923 cuando se inauguró. No obstante, por haber sido edificado en un estilo diferenciado del resto de la arquitectura modernista que predomina a lo largo de la orla de Copacabana, se convirtió en mojón y hasta en *monumento*. De esta forma, existe un embate cuestionable en el trabajo de Aldo Rossi a partir del empirismo de la condición de imagen urbana del Hotel Copacabana Palace.

CONSIDERACIONES FINALES

Las conclusiones y el debate de los resultados muestran la debida interacción entre los análisis de forma y significado. De manera genérica, se percibe que el cambio de las sintaxis visuales de las arquitecturas a lo largo de la playa de Copacabana es un valor específico dado por los hoteles; a diferencia del resto de los edificios de estilo modernista. Esto quizá se debe a que la lógica del emprendimiento hotelero exige la comunicación de una “eficiencia” signada por la sustentabilidad y la automatización, aspectos simbólicos e identitarios propios de una arquitectura posmoderna. Parece que sólo fue posible crear los “símbolos hoteles”, porque existe una homogeneidad de la imagen urbana construida por la arquitectura modernista de entonces. En este sentido, esta arquitectura modernista contribuye a exaltar y referenciar el mojón urbano en los términos de Lynch (2011).

Se puede interpretar que la diversidad de la imagen urbana a lo largo de la playa de Copacabana es garantizada por las diferentes sintaxis visuales específicas de los diferentes hoteles en medio de la homogeneidad de diseños, alineamientos, texturas y colores de los edificios, la arena, el mar y el cielo. Según Cullen (1983) es la diversidad de imágenes urbanas la que caracteriza un paisaje. Así, hay que reconocer el rol de los hoteles como promotores de esa caracterización del paisaje urbano. Los hoteles demandan una imagen de contemporaneidad a través de sus materiales, revestimientos y construcciones (pórticos, vidrios laminados y espejados, placas de aluminio, etc.) en oposición a la predominancia de la identidad modernista de la arquitectura de cemento y vidrio. Estos hoteles caracterizan la imagen o imaginario (a partir de esta imagen de ciudad) *en la ciudad y de la ciudad* (Ferrara, 2000: 118); teniendo en cuenta un cúmulo de representaciones y mediatizaciones de esos hoteles de la playa de Copacabana (postales, folletos, posters, vídeos, cine, etc.). Dicha apropiación también se debe a que es una imagen pública junto al espacio público de la calle “(...) *que consagra y hace circular valores, marcas, referencias e identidades urbanas (...)*” (Ferrara, 2000: 120). No por nada el mercado inmobiliario, la hotelería, la especulación inmobiliaria, el marketing y el poder público entre otros, se valen del “retrato” más “fotogénico” de la ciudad (y los “devaneos” del imaginario) como herramienta de representación de sus poderes (Ferrara, 2000: 129).

Por otro lado, la imagen de la ciudad mediatizada por los diferentes medios de comunicación (*representada*) puede traducirse en símbolo de la “homogeneización” y “corrección” de una imagen de la ciudad real (a veces ilegible, pero vivenciada por el ciudadano o el turista), en medio de una especie de conformismo justificado por aquella imagen de ciudad “iluminada” por los medios (Ferrara, 2000: 130).

Desde el punto de vista de la metodología aplicable a la playa de Copacabana su paisaje edificado se presenta como soporte empírico que demuestra el valor de los trabajos de Lynch (2011) y Cullen (1983). Para Cullen (1983) y Venturi (2003) los letreros cumplen un fuerte rol comunicativo en el paisaje del “paredón o muro” construido en la playa de Copacabana, como símbolo de la arquitectura posmoderna. En este sentido, la “máxima” de Sennet (1999) acerca de la decadencia del

hombre y el espacio público en la posmodernidad es puesta en tela de juicio porque en el turismo el espacio público es el soporte para el flujo del turista; quien a través de éste se introduce en la ciudad visitada. Por eso, surge la preocupación por el espacio público incentivada directa o indirectamente por el trade turístico, incluyendo el entorno inmediato de las edificaciones de los hoteles (aparece aquí el empirismo de la playa de Copacabana como posible denotación de ese sesgo interpretativo). Surge el espacio público como una necesidad de las ciudades.

De forma general, se puede interpretar que las prácticas de hospitalidad (de los hoteles y urbana) contribuyen con otras configuraciones de ciudad que *no* es la de los llamados “*no lugares*”. Dias (2002: 99) señala que el término “hotel” es de origen francés y hace referencia a toda edificación urbana pública o privada con características suntuosas e imponentes en relación a las otras construcciones de la ciudad; y cita como ejemplos: Hotel des Invalides (edificio que desde 1670 albergaba oficiales y soldados inválidos), Hotel de Postes (correos), Hotel des Finances (institución financiera), Hotel de Monnaie (casa de la moneda), Hotel de Ville (prefectura) y Hotel de Dieu (fundado como hospital en 1443 hoy alberga un museo denominado Hospicio de Beaune y sede de la subasta anual de los vinos Beaujolais Nouveau). También resultaron espacios para la realización de grandes eventos sociales. Muchos hoteles se convirtieron en la *representación* de la ciudad, nación, región y hasta continente, como el Hotel Grand National que se transformó en uno de los más elegantes hoteles del continente europeo por organizar eventos especiales en sus salas y salones, frecuentados por las “damas” de la alta sociedad. Muchos restaurantes de hoteles pasaron a ser el punto de encuentro para tomar las decisiones políticas de la ciudad y las personas pasaron a frecuentarlos con la intención de “ver y ser vistas” (Dias, 2002: 107-109).

Los hoteles pueden *representar* toda una espacialidad. Muchas ciudades norteamericanas se hicieron conocidas y reconocidas en el mundo, sin hablar de la identidad para con sus habitantes, por la imagen urbana que sus hoteles lograron construir. Esto sucedió en Chicago con el Hotel Palmer House, en Nueva Orleans con los hoteles Saint Charles y Saint Louis, en Saint Louis con el Planter's Hotel, en San Diego con el Hotel del Coronado y en Washington y Buffalo con la extravagancia y opulencia de la arquitectura de los hoteles que se convirtió en símbolo de la ciudad (Walker, 2002: 14). Así, también sucedió con las experiencias brasileñas: el Hotel Renar en Friburgo/SC; el Hotel Palace Casino en Poços de Caldas/MG; el Grande Hotel Petrópolis en Petrópolis/RJ; el Palace Hotel de Caxambu/MG y el Copacabana Palace en Rio de Janeiro/RJ.

Las metodologías de Lynch (2011) y Cullen (1983) podrían ser aplicadas a los turistas e incluso a los ciudadanos en general, pero en esta investigación no se llevó a cabo. Por lo tanto se sugiere para futuros estudios.

Agradecimiento: Investigación financiada por el CNPq (Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico) a partir de 2013, el programa de becas del Artículo 170 del Gobierno del Estado de Santa Catarina y la ProPPEC (Prorectoría de Investigación, Posgrado, Extensión y Cultura) de la

UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí, SC) en 2012. Se agradece la colaboración de Raquel Gastaldi Dias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Boullón, R. C.** (2000) "Planejamento turístico". EDUSC, Bauru
- Caderman, R.** (2010) "Por dentro de Copacabana: descobrindo os espaços livres do bairro". Dissertação de mestrado. Programa de Pós-graduação em Arquitetura. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro
- Choay, F.** (1965) "L'urbanisme: utopies et réalités". Editions du Seuil, Paris
- Crisman, P.** (2006) "Outside the frame: a critical analysis of urban image surveys". *Places* 18(3): 38-43
- Cullen, G.** (1983) "Paisagem urbana". Edições 70, Lisboa
- Del Río, V.** (1990) "Introdução ao desenho urbano no processo de planejamento". Pini, São Paulo
- Dias, C. M. de M.** (2002) "Hospitalidade: reflexões e perspectivas". Manole, Barueri
- Ferrara, L. D.** (2000) "Os significados urbanos". Edusp/FAPESP, São Paulo
- Ferrara, L. D.** (1999a) "Os significados urbanos". Edusp/FAPESP, São Paulo
- Ferrara, L. D.** (1999b) "Olhar periférico: informação, linguagem, percepção ambiental". Edusp, São Paulo
- Ferrara, L. D.** (1988) "Ver a cidade". Nobel, São Paulo
- Gregotti, V.** (2010) "Território da arquitetura". Perspectiva, São Paulo
- Grinover, L.** (2007) "A hospitalidade, a cidade e o turismo". Aleph, São Paulo
- Jacobs, J.** (2000) "Morte e vida das grandes cidades norte-americanas". Martins Fontes, São Paulo
- Kees, W. & Ruesch, J.** (1956) "Non verbal communication. Notes on the visual perception of human relations". University of California Press, Los Angeles
- Kohlsdorf, M. E.** (1996) "A apreensão da forma da cidade". Editora da Universidade de Brasília, Brasília
- Lynch, K.** (2011) "A imagem da cidade". Edições 70, Lisboa
- Meyer, R. L.** (1962) "A communication theory of urban growth". Joint Center, New York
- Paddison, R.** (2014) "City marketing, image reconstruction and urban regeneration". Recuperado em 20 junho, 2014, de <http://usj.sagepub.com/content/30/2/339.abstract>
- Peirce, C. S.** (1999) "Semiótica". Perspectiva, São Paulo
- Ratzel, F.** (1882) Recuperado em 27 junho, 2014, de <https://archive.org/stream/anthropogeograp02ratzgoog#page/n0/mode/2up>
- Rossi, A.** (1995) "A arquitetura da cidade". Martins Fontes, São Paulo
- Sennet, R.** (1999) "O declínio do homem público: as tiranias da intimidade". Cia. das Letras, São Paulo
- Sitte, C.** (1935) "Der Städtebau nach seinen künstlerischen Grundsätzen". Amalthea-Verlag, Wien

Stern, E. & Krakmer, S. (2010) "The formulation of composite rrbán image". *Geographical Analysis* 25(2). Recuperado em 25 junho, 2014, de <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1538-4632.1993.tb00285.x/pdf>

UNESCO (2003) "Proteção do patrimônio na UNESCO: ações e significados". João Batista Lanari Bo, Brasília

Venturi, R. (2003) "Aprendendo de Las Vegas". Cosac Naify, São Paulo

Walker, J. R. (2002) "Introdução à hospitalidade". Manole, Barueri

Wikipédia (2013) Disponible em http://pt.wikipedia.org/wiki/Copacabana_Palace; acessado em 15/11/2013

Recibido el 20 de abril de 2014

Reenviado el 01 de julio de 2014

Aceptado el 01 de julio de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL SECTOR TURÍSTICO**Un estudio de caso en el Parque Temático Beto Carrero World (Santa Catarina – Brasil)**

Franciane Reinert Lyra*
Maria José Barbosa de Souza**
Universidade do Vale do Itajaí
Biguaçu/SC, Brasil

Resumen: Una de las formas que las organizaciones utilizan para reducir sus impactos negativos y retribuir a la sociedad las ganancias que obtienen a través de ella es la aplicación de la teoría de la responsabilidad social corporativa. Dicha realidad afecta también al sector turístico, que causa un fuerte impacto en la sociedad y el medioambiente. Por esta razón las organizaciones que actúan en el sector turístico necesitan desarrollar sus actividades contribuyendo al desarrollo de un turismo sustentable. Este estudio busca analizar las percepciones de los stakeholders sobre las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de un parque temático brasileño a la luz de los modelos teóricos de Carroll (1991) y de Schwartz & Carroll (2007). Se trata de una investigación descriptiva con abordaje cualitativo y cuantitativo, donde se aplicó la estrategia de estudio de caso descriptivo. Los resultados revelaron que el emprendimiento investigado actúa de forma socialmente responsable según los stakeholders por medio de acciones diversificadas. La mayoría de estas acciones está de acuerdo con las variables de los modelos teóricos utilizados y practica un turismo sustentable y responsable. Asimismo existe una relación entre los dos modelos estudiados, comprobando lo que afirman sus respectivas teorías.

PALABRAS CLAVE: turismo, responsabilidad social corporativa, stakeholders, parques temáticos, metodología mixta, Parque Beto Carrero World.

Abstract: Corporate Social Responsibility in the Tourism Sector: A Study at a Theme Park in Santa Catarina – Brazil. One of the ways that organizations use to reduce its negative impacts and give back to society gains they get through it is with the application of the theory of corporate social responsibility. This reality also affects the tourism sector, which causes a strong impact on society and the environment. For this reason, organizations working in the tourism industry need to develop their activities in order to contribute to the development of sustainable tourism in their localities. This research aims to analyze the perceptions of stakeholders about the practices of Corporate Social Responsibility (CSR) of a Brazilian theme park in the light of theoretical models of Carroll (1991), which regards economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities, and Schwartz and Carroll (2007), which encompasses the elements of value, balance and accountability. This is a descriptive research, using qualitative and quantitative approaches, in which the strategy of descriptive case study was applied. The results revealed that the investigated theme park acts in a socially responsible manner, in the view of its stakeholders, through various actions, which are in accordance with the

* Doctoranda del Programa de Posgrado en Administración y Turismo de la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), Biguaçu/SC, Brasil. Graduación en Turismo y Hotelería y Maestría en Turismo y Hotelería por la UNIVALI. E-mail: franmestrator@gmail.com

** Graduada en Administración por la Universidad Cidade de São Paulo, São Paulo, Brasil. Maestría en Administración por la Universidad de São Paulo (USP), São Paulo, Brasil. Doctorado en Ciencias de la Comunicación por la USP. Se desempeña como Profesora de posgrado en la Universidad del Vale do Itajaí (UNIVALI), Biguaçu, Brasil. E-mail: mjbsoza2@gmail.com

variables of the theoretical models and thus practicing sustainable and responsible tourism, and finally, that there is a relationship between the two studied models, proving what their respective theories claim.

KEY WORDS: *tourism, corporate social responsibility, stakeholders, theme parks, mixed methodology, Beto Carrero World Park.*

INTRODUCCIÓN

Objeto de diversos estudios en el Campo de los Negocios y la Sociedad el tema de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) trata de los innumerables conflictos generados en la relación de las organizaciones y el contexto social en que están insertas a nivel mundial (Faria & Sauerbronn, 2008). Dichos estudios apuntan a una nueva realidad según la cual las organizaciones poseen otras responsabilidades para con la sociedad, además de las oriundas de las actividades económicas que precisan ser debidamente observadas por sus gestores en la planificación y ejecución de acciones (Carroll, 1979, 1991, 1998, 1999). Estas exigencias alcanzan a las organizaciones de todos los sectores económicos, incluso el turismo, pues en éste la calidad del servicio depende del desempeño de las empresas que forman parte de él como hoteles, agencias de viaje, restaurantes y parques temáticos, entre otras. La responsabilidad social practicada por las organizaciones que actúan en el sector contribuye al desarrollo del turismo sustentable y responsable al considerar los intereses de las personas y el medioambiente en la localidad receptora.

Uno de los primeros autores en estudiar la Responsabilidad Social Corporativa fue Howard R. Bowen (1953: 6), quien la define como *“las obligaciones de los empresarios de buscar determinadas políticas, de tomar ciertas decisiones o de seguir líneas de acción deseables en términos de objetivos y valores para la sociedad.”*

La teoría de los *stakeholders* (TS), tema que concierne a la RSC, trata de la relación de la empresa con todos los que de alguna forma la influyen o son influenciados por ella (Freeman, 1984). Un enfoque en los *stakeholders* (gestores, empleados, clientes, accionistas, proveedores, gobierno, comunidad y medioambiente) es crucial para el desarrollo de acciones de responsabilidad social corporativa.

Debido a que el turismo posee un rol de extrema relevancia en la economía mundial, ya que engloba diversas áreas del sector de servicios (Araújo, 2008; Dreher & Rueckert, 2010), la RSC ha sido objeto en un número expresivo de estudios en el exterior en diversos contextos turísticos. Se citan los trabajos de Bohdanowicz & Zientara (2008), Cowper-Smith & Grosbois (2011), Levy & Park (2011), Molina (2011) y Vong (2010), cuyos temas están relacionados con las prácticas de responsabilidad social en las empresas turísticas.

Esta investigación reúne los temas de la responsabilidad social corporativa, la teoría de los *stakeholders* y la sustentabilidad en la ejecución de servicios turísticos, y se basa en el hecho de que dichos temas tratados de manera conjunta constituyen una forma de evitar daños provocados por el turismo, atender las demandas de los recursos humanos ocupados en los procesos de la actividad y contribuir a la calidad de vida de las comunidades receptoras. Es un hecho la necesidad de trabajos que aborden dichos temas para que a través de estas nuevas contribuciones se fortalezca este campo teórico y se oriente a los gestores de los emprendimientos turísticos para mejorar sus prácticas. Otro punto considerado es que dicha postura justifica la existencia de las organizaciones turísticas, más allá de los objetivos financieros implícitos en todas las actividades económicas, ya que las acciones de responsabilidad social corporativa colaboran para mejorar la sociedad (Molina, 2011).

Este trabajo tiene como principales variables de estudio las dimensiones de la RSC de Carroll (1991), las cuales consideran las prácticas empresariales en relación a las cuestiones económicas, éticas, legales y filantrópicas. Además, considera un modelo más reciente en el área desarrollado por Schwartz & Carroll (2007), cuya idea principal proviene de la conjunción de los principales temas analizados en el Campo de los Negocios y la Sociedad (sustentabilidad, ética en los negocios, ciudadanía corporativa, teoría de los *stakeholders* y responsabilidad social), con la intención de considerarlos de manera unificada. Este modelo propone las dimensiones valor, equilibrio y responsabilidad con transparencia para integrar los diferentes temas.

El principal objetivo de este estudio es analizar las percepciones de los *stakeholders* sobre las prácticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) del Parque Beto Carrero World (BCW) a la luz de los modelos teóricos de Carroll (1991) y Schwartz & Carroll (2007). Para alcanzar dicho objetivo general se formularon los siguientes objetivos específicos: 1) investigar las acciones de RSC percibidas por los *stakeholders* del Parque Beto Carrero World; 2) comparar las acciones percibidas por los *stakeholders* con las variables del modelo de Carroll (1991) y Schwartz & Carroll (2007); 3) identificar a partir de los resultados la existencia de relación entre los modelos teóricos de Carroll (1991) y de Schwartz & Carroll (2007).

A través de este trabajo se pretende llenar el vacío teórico propuesto por Schwartz & Carroll (2007: 176) con la siguiente pregunta: “¿Hasta qué punto las estrategias de una empresa son dirigidas a crear valor social sustentable, balancear apropiadamente los intereses de los *stakeholders* y demostrar responsabilidad suficiente en sus acciones?” También se busca contribuir a perfeccionar la gestión de la responsabilidad social corporativa y la gestión de los *stakeholders* en el sector de servicios turísticos, a medida que los resultados de este estudio proveen elementos para ayudar a las actividades de este sector a desarrollarse con responsabilidad y evitar problemas socioambientales en las localidades donde son realizadas.

El presente artículo está dividido de la siguiente forma: a continuación se delimita el marco teórico en el cual se basa este estudio. Luego se exponen los procesos metodológicos utilizados seguidos

del análisis de los resultados obtenidos y las consideraciones finales con las limitaciones encontradas, la sugerencia para futuras investigaciones y las contribuciones teórico-empíricas de este trabajo.

MARCO TEÓRICO

Los fundamentos de este estudio están basados en los conceptos de turismo sustentable, responsabilidad social corporativa y teoría de los *stakeholders*, descriptos a continuación.

Turismo sustentable y responsable

Recientemente, se han desarrollado muchas investigaciones sobre las actividades turísticas en busca de acciones que permitan maximizar los beneficios y minimizar los problemas provocados por el fenómeno turístico, dando origen al concepto de turismo sustentable (TurS) (Gunn, 1994; Ioannides, 1995; Robson & Robson, 1996; Hardy & Beeton, 2001; WTO, 2004 citados por Byrd, Cardenas & Greenwood, 2008: 192).

La OMT (2012) define al turismo sustentable como “[...] *aquel que considera todos los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros, atendiendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medioambiente y las comunidades receptoras*”. Así, el TurS enfatiza los principios *ambiental, sociocultural y económico* de la actividad turística para con todos los involucrados (OMT, 2012). Para McIntyre (1993) la esfera económica de la sustentabilidad se basa en el desarrollo preservando los recursos para que las futuras generaciones también puedan usufructuarlos; la ecológica enfatiza el mantenimiento de los procesos ecológicos y la biodiversidad; y la sociocultural se refiere a las necesidades de los diferentes pueblos de controlar sus vidas, cultura y uso del medioambiente.

De acuerdo con Bramwell & Lane (1993) el turismo sustentable consiste en un abordaje positivo que busca disminuir los impactos resultantes de las interacciones entre las empresas turísticas, los visitantes, el medioambiente y las comunidades receptoras. Dicho abordaje abarca la viabilidad y la calidad a largo plazo para todos los involucrados, incluyendo la sociedad y los recursos naturales. Lane (2001) completa afirmando que el objetivo principal sería planear un turismo integrado a un desarrollo económico más amplio con objetivos de conservación a largo plazo e inclusión de las personas en el proceso de decisión.

Otro término que ha sido muy utilizado en el ámbito académico y coincide con el propósito de este estudio es el turismo responsable, que según la Declaración de Cabo Verde de 2002 posteriormente revisada por la Declaración Kerala de 2008 (Manente *et al.*, 2012) se refiere al turismo que minimiza los impactos sociales, ambientales y culturales generando mayores beneficios económicos para la población local. Ésta, por su parte, es ocupada en la actividad como mano de obra o participa

activamente en las decisiones que afectan sus vidas. El turismo responsable contribuye a conservar el patrimonio histórico y natural, provee experiencias de entretenimiento más placenteras y significativas a través del contacto con la cultura local y su medioambiente, e involucra personas culturalmente sensibles promoviendo el respeto entre turistas y habitantes autóctonos.

La responsabilidad social corporativa y la teoría de los *stakeholders*

La responsabilidad social corporativa “[...] involucra las expectativas de la sociedad en relación a las organizaciones, en los aspectos económico, legal, ético y filantrópico, en determinado momento del tiempo.” (Carroll, 1979: 500). Como muestran Schwartz & Carroll (2007) la responsabilidad social es tratada con diferentes denominaciones. Los autores analizaron las principales construcciones del Campo de los Negocios y la Sociedad (CNS) [responsabilidad social corporativa (RSC), ética en los negocios (EN), teoría de los *stakeholders* (TS), sustentabilidad (SUS) y ciudadanía corporativa (CC)] y determinaron que éstas son complementarias. Así, definieron tres componentes comunes entre ellas: *valor, equilibrio y responsabilidad con transparencia*, conformando el Modelo VBA (*value, balance and accountability*).

De acuerdo con Schwartz & Carroll (2007) el elemento valor representa la oferta del producto o servicio que genera beneficios para el consumidor atendiendo sus expectativas sin causar daños devenidos del proceso productivo y las demás actividades de las organizaciones. El elemento equilibrio se refiere a los intereses de los *stakeholders* (grupos con quien la empresa se relaciona) que deben ser satisfechos de manera equitativa para que todos se beneficien con las acciones empresariales. El último elemento consiste en una responsabilidad con transparencia más extendida hacia las cuestiones sociales que desvía la atención tradicional puesta en el lucro y tiene una visión más amplia de las funciones empresariales, dirigida a la sociedad.

Teniendo en cuenta la interacción de las empresas turísticas con los diversos grupos de interés con los que se relaciona en el desarrollo de sus actividades, es importante considerar la teoría de los *stakeholders*. Freeman (1984: 46) los define como “[...] cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado durante la obtención de los objetivos organizacionales.” Así, a través de la interacción entre los grupos de *stakeholders* se puede crear y comercializar ‘valor’, y es obligación del ejecutivo gerenciar estas relaciones para posibilitar el máximo de valor entre los involucrados distribuyéndolo de forma equitativa (Parmar *et al.*, 2010).

METODOLOGÍA

Esta es una investigación de tipo descriptiva que utilizó como estrategia el estudio de caso. La investigación descriptiva “*expone características de determinadas poblaciones o fenómenos. También puede establecer correlación entre variables y definir su naturaleza*” (Vergara, 2000: 47). Se utilizaron los abordajes cuantitativo y cualitativo teniendo en cuenta que se recolectaron datos cuantitativos por

medio de una investigación tipo survey (relevamiento) con el uso de un cuestionario. Los datos fueron tratados con las técnicas estadísticas descriptiva e inferencial. También se recolectaron datos cualitativos por medio de entrevistas semiestructuradas y la observación en el lugar. Respecto de la recolección de datos en estudios de caso Yin (2002: 107) afirma que “[...] las diversas fuentes son altamente complementarias y un buen estudio de caso utilizará el mayor número posible de fuentes”.

Se aplicaron cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas elaboradas en base a las dimensiones de la RSC (económica, legal, ética y filantrópica) (Carroll, 1991) y a los elementos centrales que componen el modelo VBA de Schwartz & Carroll (2007) (valor, equilibrio y responsabilidad) y sus principios normativos, constituyendo las principales variables de este estudio. Para poder obtener información que representara la realidad de cada grupo de *stakeholders* en relación al tema estudiado se formuló un cuestionario para cada uno. Las muestras de empleados y visitantes provienen de sus referidas poblaciones que pasaron por un cálculo de muestreo. La muestra final generó 315 cuestionarios válidos: 200 visitantes, 100 empleados y 15 gestores.

Los datos obtenidos en esta etapa de la investigación fueron analizados a través de la estadística descriptiva como media y desvío patrón, y se aplicaron los tests no paramétricos de Kruskal-Wallis y Dunn dada la anormalidad de las variables comprobada por el test de Kolmogorov-Smirnov. El test de Kruskal-Wallis fue empleado para identificar diferencias en las percepciones de los *stakeholders* (empleados, visitantes y gestores) sobre las dimensiones de la RSC y los elementos del modelo VBA presentes en las acciones socialmente responsables del parque BCW. En el test referido la hipótesis nula (H_0) sugiere que todas las muestras son iguales, o sea que no existen diferencias entre las percepciones de los gestores, visitantes y empleados en relación a las prácticas de responsabilidad social del parque BCW en las dimensiones de la RSC (económica, legal, ética y filantrópica) con un nivel de significancia de $p=0,05$. La hipótesis alternativa (H_1) significa que al menos una muestra es diferente, pudiendo deducir que alguna de las percepciones de los grupos presenta diferencias significativas en relación a las otras. El test de Dunn es realizado para identificar entre qué grupos se presentan estas diferencias comparando pares de variables para observar las variaciones de éstas en un conjunto de datos.

La relación entre las dimensiones de la RSC y los elementos del modelo VBA fue evaluada por la Correlación no paramétrica de *Spearman*, dada la anormalidad de las variables. En la correlación no paramétrica de *Spearman*, de acuerdo con Larson & Farber (2000), su coeficiente puede variar de -1,00 a +1,00. Cuanto más próximo es a 1,00 indica que los dos conjuntos de rangos son semejantes. Si los rangos fueran inversos el coeficiente sería -1, y si hubiera concordancia en algunos ítems y discordancia en otros el coeficiente sería próximo a 0 sugiriendo que hay ausencia de relación entre los conjuntos analizados.

La investigación cualitativa incluyó otros dos grupos que se relacionan con el Parque BCW, los representantes del gobierno y de la comunidad local que fueron sometidos a las entrevistas

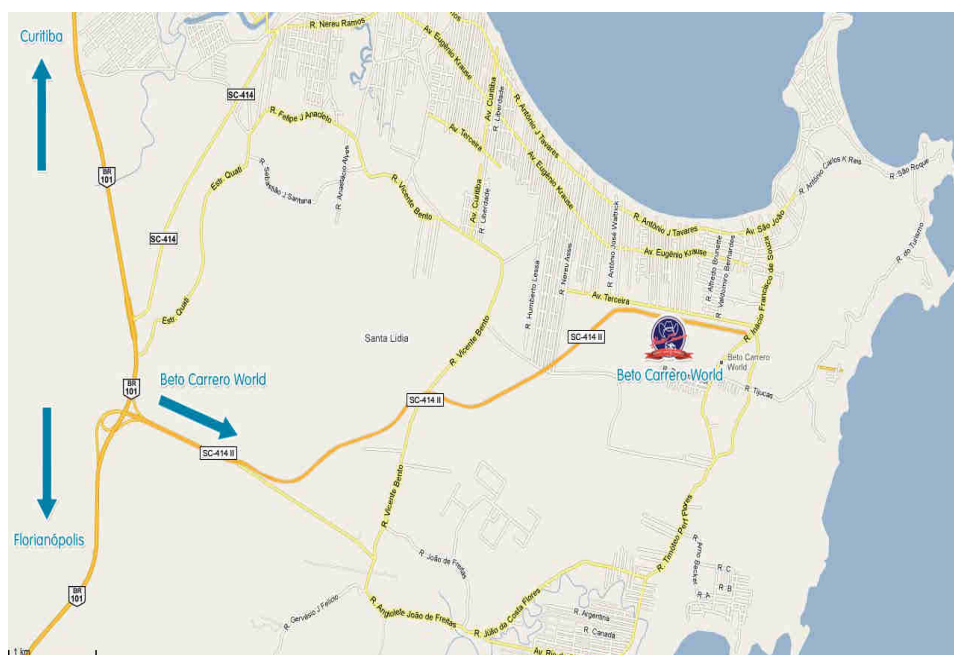
semiestructuradas a las que se aplicó un análisis de contenido igual que a las preguntas abiertas realizadas a los gestores. Se entrevistaron 19 pobladores beneficiados por las acciones de RSC del parque. Los representantes del gobierno provenían de la Secretaría Municipal de Turismo y de la Vigilancia Sanitaria (dos entrevistados).

RESULTADOS

Información general y acciones de RSC practicadas por el parque BCW

El parque seleccionado para este estudio fue el Beto Carrero World, que se localiza en la ciudad de Penha (Figura 1) en el litoral norte del estado de Santa Catarina, Brasil. Abarca un área de 14.000 mt² (PMP, 2012). Penha posee 25.141 habitantes y un área equivalente a 61.966 km² (IBGE, 2012). El parque BCW ha contribuido al desarrollo de la localidad a través del fuerte impulso que provoca en el turismo local (PMP, 2012). La actividad turística es considerada actualmente la principal fuente económica de Penha (Secretaría Municipal de Turismo, 2012), pues el parque es “[...] uno de los más importantes destinos turísticos de Santa Catarina” (Silveira, 2011) y potencia la práctica del turismo en la localidad.

Figura 1: Mapa de la ciudad de Penha en Santa Catarina (Brasil) donde se localiza el Parque



Fuente: www.betocarrero.com.br (2014)

El parque posee una estructura completa basada en los modelos de los parques temáticos americanos y trabaja con el diferencial de combinar atracciones como juegos, shows en vivo y zoológico en siete áreas temáticas diferentes. Los empleados del parque conforman un grupo de 835 colaboradores directos y 446 trabajadores tercerizados, totalizando 1281 empleos (Beto Carrero

World, 2012a). Asimismo, en 2012 se firmó una asociación con los estudios americanos de filmes y animación Dreamworks Animation y Universal Studios (Beto Carrero World, 2012b).

Entre las acciones de RSC desarrolladas por el parque para la comunidad local se destaca la creación del Instituto Beto Carrero (IBC) en 2004, que mantiene proyectos destinados a educación, salud y medioambiente y ofrece a la comunidad una guardería, un circo-escuela y atención médica y odontológica ambulatoria. El parque promueve el Proyecto Naturaleza dirigido a estudiantes de educación primaria a universitaria con el objetivo de proporcionar educación ambiental y otras acciones filantrópicas (Beto Carrero World, 2012a).

En relación a la RSC dirigida a los empleados el parque les proporciona asistencia médica, un programa de seguridad y salud en el trabajo (CIPA), un programa de alimentación del trabajador, vales de transporte y ayuda educativa para quienes están durante más de un año en la empresa equivalente al 50% del valor del sueldo para grado y posgrado (Beto Carrero World, 2012a). La mayoría de estos beneficios no son ofrecidos por las demás empresas de la localidad.

En lo que respecta a la planificación y el desarrollo de acciones socialmente responsables volcadas a los visitantes del parque, aún no se practican de manera amplia demostrando cierta fragilidad en los programas de RSC de la empresa a excepción de algunas actividades educativas como las atracciones pedagógico-educacionales. Sin embargo, las acciones pautadas en la seguridad de sus instalaciones y el bienestar de los usuarios o dirigidas a la hospitalidad aún no han sido desarrolladas, abriendo oportunidades a ser exploradas para agregarlas a sus prácticas de RSC.

Caracterización de la muestra estudiada

En relación al género de los entrevistados prevalecieron las mujeres en todos los grupos (59% de la muestra). La mayoría de los visitantes (30,5%), gestores (53,3%) y representantes del gobierno (100%) se encontraban en la franja etaria de entre 30 y 39 años. Los empleados (61%) y representantes de la comunidad (47,5%) eran en gran parte más jóvenes (hasta 29 años).

El grado de escolaridad de los entrevistados se concentró en la educación media completa en referencia a los visitantes (38%) y empleados (47,5%) del parque. Los gestores (47,5%) y visitantes (33,5%) poseían en su mayoría enseñanza superior completa, lo que demuestra un buen nivel de calificación. Los representantes de la comunidad mostraron un nivel inferior de educación, un 68% de enseñanza primaria. En cuanto a los representantes del gobierno entrevistados, uno poseía enseñanza media completa y otro poseía educación superior completa.

El 40% de los empleados entrevistados estaba en la empresa desde hacía menos de un año, lo que demuestra cierta rotación, aunque el 35% llevaba en la organización entre 1 y 5 años. El 47% de los gestores llevaba entre 5 y 15 años en la empresa y el mismo porcentaje llevaba entre 1 y 5 años.

Se debe destacar que también fueron entrevistadas personas con más de 15 años en el parque, prácticamente desde que se inauguró.

La mayor parte de los visitantes entrevistados (30,5%) poseía un ingreso de tres a cuatro salarios mínimos mensuales (cerca de 970 a 1.291 dólares) y el 45% afirmó haber visitado el parque entre 2 y 5 veces. La mayoría de los representantes de la comunidad (59,5%) tenía un ingreso de hasta dos salarios mínimos (cerca de 650 dólares).

Análisis de los resultados

Al realizar la observación en el lugar se notó la calidad de las atracciones y de la estructura ofrecida a los visitantes que demostraba el 'valor' y la 'responsabilidad', con excepción sólo de algunos problemas en el acceso y la espera en las filas sin ningún tipo de protección para el sol o la lluvia. Otro aspecto destacado fueron las acciones de RSC en su mayoría de carácter filantrópico ofrecidas por el Instituto Beto Carrero a la comunidad como guardería, un circo-escuela y atención médica y odontológica ambulatoria. Otras acciones realizadas por el parque son el incentivo a la educación a través de becas de estudio dadas a los empleados, el Día Feliz, el Proyecto Naturaleza, etc. Así, al analizar dicha información se percibe la presencia de acciones pertinentes a las tres principales esferas del turismo sustentable o responsable: ambiental, sociocultural y económica.

En las entrevistas semiestructuradas los representantes del gobierno afirmaron conocer las acciones de RSC que el parque practica y coinciden en que éstas son muy importantes para el desarrollo de la comunidad principalmente en las áreas de educación, salud y economía. Con el análisis de la información obtenida mediante las dimensiones de la RSC se puede decir que se enfocan los aspectos filantrópicos y éticos en las acciones. También se nota un énfasis por parte de los representantes del gobierno en la dimensión económica considerando la relevancia del parque como generador de empleo e ingreso para la región y su efecto multiplicador en el turismo, pues éste mueve una toda red de organizaciones involucradas en la actividad. En relación al modelo VBA los elementos 'valor' y 'responsabilidad' también estaban presentes en los testimonios de los entrevistados. El elemento 'equilibrio' no presentó el mismo desarrollo que los demás pues se identificaron fallas en la integración del parque con los organismos gubernamentales, hecho que compromete la comunicación entre éstos y perjudica la práctica de la RSC.

Igual que los representantes del gobierno, los representantes de la comunidad también reconocen los beneficios que el parque aporta al municipio y cómo ha ayudado al desarrollo de la localidad. Se percibió que las dimensiones de la RSC más enfatizadas por los entrevistados fueron la filantrópica y la ética, algo que se presuponía ya que dichas acciones tienen como objetivo central mejorar el bienestar de la comunidad ayudando a satisfacer sus carencias más urgentes. Entre los elementos del modelo VBA prevalece el 'valor', o sea los beneficios generados por los servicios prestados ya que las acciones demuestran la preocupación y el cuidado que el parque tiene para con la

comunidad; principalmente al disponer servicios que no tienen un propósito sólo asistencialista sino promover la educación y la cultura, principios básicos de la ciudadanía altamente valorados en el desarrollo de una actividad turística sustentable.

La información obtenida a través de las preguntas abiertas dirigidas a los gestores permitió entender mejor el proceso de planificación y desarrollo de las acciones de RSC practicadas por el parque. Así, al analizar los datos obtenidos mediante el modelo VBA, además de la presencia de los elementos 'valor' y 'responsabilidad', se observan algunas fallas en el 'equilibrio' ya que se identificaron problemas en la comunicación entre la dirección y los gestores, como por ejemplo el desconocimiento de algunos gestores sobre el código de ética existente en el parque.

En los resultados de la investigación *survey*, observando la Tabla 1 se puede afirmar que los empleados perciben que el parque enfatiza las dimensiones ética y económica de la RSC, que recibieron medias por encima de cinco en una escala de siete puntos. Las otras dimensiones también poseen medias altas (por encima de 4,9 y muy próximas), lo que demuestra cierto equilibrio entre las acciones de RSC del parque en la percepción de sus colaboradores. En cuanto a los elementos del modelo VBA las medias no llegaron a cinco aunque los elementos valor y responsabilidad son destacados por los empleados con medias muy próximas (4,54 y 4,53 respectivamente). Así, se puede decir que en la visión de sus colaboradores el parque desarrolla un turismo responsable actuando de forma ética y creando relaciones de valor con sus empleados y con la comunidad.

Tabla 1: Descripción de las dimensiones de la RSC y de los elementos del VBA finales por grupo

Grupo		D. Ec.	D. L.	D. Et.	D. F.	E. (VBA)	R. (VBA)	V. (VBA)
Empleados (100)	Media	5,01	4,91	5,05	4,94	4,16	4,53	4,54
	Desvío							
	Patrón	0,619	0,689	0,537	0,690	0,939	1,000	1,170
Gestores (15)	Media	4,82	5,14	4,90	5,04	4,96	4,46	3,96
	Desvío							
	Patrón	0,671	0,898	0,807	0,885	0,953	1,342	1,445
Visitante (200)	Media	4,66	4,67	4,63	4,32	4,74	4,85	4,87
	Desvío							
	Patrón	0,794	0,780	0,786	1,242	1,237	1,130	1,157
Todos (315)	Media	4,83	4,91	4,86	4,76	4,62	4,61	4,46
	Desvío							
	Patrón	0,694	0,789	0,71	0,939	1,043	1,043	1,257

Nota: D. Ec. - Dimensión económica; D. L. – dimensión legal; D. Et. Dimensión ética; D. F. Dimensión filantrópica; E. (VBA) – elemento equilibrio; R. (VBA) – elemento responsabilidad; V. (VBA) – elemento valor

Fuente: Elaboración propia

Las observaciones sobre las dimensiones de la RSC de los gestores son opuestas a las de los empleados, pues las medias más relevantes son las de las acciones legales y filantrópicas, hecho que puede estar ligado al grado de conocimiento de las prácticas de RSC del parque (filantrópica) y al

conocimiento de las cuestiones legales. Analizando el VBA, el equilibrio en las acciones de RSC es mejor percibido por los gestores con una media próxima a cinco. Las preguntas sobre la responsabilidad en las prácticas del parque obtuvieron una media un poco abajo (4,46) y el menos puntuado fue el elemento valor con la media más baja de todos los grupos (3,96), situación que muestra cierta debilidad de las cuestiones que generan valor en la relación del parque con sus gestores.

La percepción de los visitantes muestra cierto equilibrio entre las dimensiones de la RSC, pues todas las medias variaron en un intervalo de sólo 35 décimos entre sí. No obstante, la dimensión legal fue la mejor evaluada, seguida de la económica y la ética. El énfasis dado a la dimensión legal puede relacionarse con que es una preocupación de los visitantes pues se refleja directamente en cuestiones como la seguridad y el bienestar de las personas que frecuentan los parques; puntos cruciales en las prácticas del turismo responsable. La menos puntuada fue la dimensión filantrópica, llevando a creer que puede deberse al desconocimiento de las acciones de RSC por parte de los entrevistados o que realmente éstos no las ven como algo bien planeado que beneficie a la comunidad. Respecto del VBA los elementos también presentaron poca variación en las medias, siendo que la mayor fue conferida al valor de los servicios prestados por el parque (4,87), seguida de la responsabilidad (4,85). Por último, el equilibrio puede haber sido afectado en función de las fallas indicadas por algunos visitantes en cuanto a la falta de protección y el tiempo de espera en las filas de las atracciones. El equilibrio evaluado por los entrevistados se refiere a la atención del parque a los intereses y necesidades de todos los grupos. Esto demuestra algunas áreas que precisan ser mejor trabajadas por la administración del parque para que éste consiga desarrollar por completo un turismo socialmente responsable.

Para comparar las percepciones de los *stakeholders* (gestores, visitantes y empleados) sobre las dimensiones de la RSC de Carroll (1991) se aplicó el test no paramétrico de Kruskal-Wallis (K-W). Todos los tests realizados con los *stakeholders* detectaron diferencias en las percepciones de éstos sobre las dimensiones de la RSC contenidas en los cuestionarios. Posteriormente, se identificaron qué dimensiones de la RSC tenían diferencias, por medio de la comparación pareada realizada con el test Dunn (Tabla 2). En la dimensión económica los gestores y los visitantes percibieron su relevancia de forma igual. Pero de la dimensión legal todos los grupos presentaron visiones diferentes, valorizando o no diferentes ámbitos legales de las prácticas del parque. En las dimensiones ética y filantrópica se reveló que los *stakeholders* internos (empleados y gestores) poseen percepciones similares, lo que puede deberse a su relación con la empresa ya que están en contacto constante con sus metas y objetivos empresariales.

Atendiendo al último objetivo de este trabajo, para que fuera posible verificar si las construcciones de las dimensiones de RSC de Carroll (1991) y del modelo VBA de Schwartz & Carroll (2007) tenían relación se realizó una correlación no paramétrica (por rangos) de Spearman (Tabla 3).

Tabla 2: Test Dunn para los valores de percepción de los *stakeholders* en las dimensiones de la RSC

Comparación pareada de los grupos		Q (calc)	Q crítico	Resultado del test
Empleados/ Visitantes	Económica	3,898387	2,394	Diferente
	Legal	7,383099	2,394	Diferente
	Ética	7,92196	2,394	Diferente
	Filantropía	4,30218	2,394	Diferente
Empleados/ Gestores	Económica	2,816506	2,394	Diferente
	Legal	4,030414	2,394	Diferente
	Ética	1,16715	2,394	Igual
	Filantropía	2,071443	2,394	Igual
Gestores/ Visitantes	Económica	0,925663	2,394	Igual
	Legal	2,475807	2,394	Diferente
	Ética	5,700791	2,394	Diferente
	Filantropía	3,892849	2,394	Diferente

Nota: O Q(calc) de los gestores y visitantes, evaluado a una significancia de 1% presenta la igualdad en sus percepciones.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Comparación múltiple entre los modelos teóricos de la RSC y VBA

	Económica	Legal	Ética	Filantropía
Equilibrio	-0,245	-0,163	-0,155	0,721
	p<0,001	p = 0,004	p = 0,006	p<0,001
Responsabilidad	-0,351	-0,237	-0,223	0,75
	p<0,001	p<0,001	p<0,001	p<0,001
Valor	-0,381	-0,262	-0,258	0,733
	p<0,001	p<0,001	p<0,001	p<0,001

Fuente: Elaboración propia

Para la aplicación de este test se utilizaron los datos obtenidos de los tres grupos que participaron del relevamiento: empleados, visitantes y gestores. En el test todas las variables del modelo VBA se relacionan con las dimensiones de la RSC de manera débil e inversa en las dimensiones económica, legal y ética, pues sus coeficientes son próximos a -1. Esta relación inversa indica que la variable recibe altas notas por las dimensiones explicitadas de Carroll y bajas notas por el VBA, o viceversa. Sólo para la dimensión Filantropía la correlación es positiva y fuerte con coeficientes próximos a 1,00. Así, se constata la relación existente entre las dimensiones de la RSC de Carroll (1991) y del modelo VBA de Schwartz & Carroll.

CONSIDERACIONES FINALES

Un análisis general acerca de los resultados presentados en este trabajo muestra que las prácticas de responsabilidad social corporativa del parque Beto Carrero World se alinean con los

modelos teóricos que dan base a la presente investigación. Las dimensiones del modelo de RSC de Carroll (1991) y el modelo más reciente de Schwartz & Carroll (2007), que incluye las construcciones más estudiadas del Campo de los Negocios y la Sociedad, integran y unifican estos temas en vez de tratarlos de manera separada.

Fue posible identificar las acciones de turismo sustentable y responsable practicadas por el parque y percibidas por los *stakeholders*, así como los elementos del modelo VBA, indicando su relevancia para los estudios. Además, se demostró que los referidos modelos teóricos pueden ser utilizados en el estudio del turismo con algunas adaptaciones a las particularidades inherentes a los parques temáticos y al sector turístico, posibilitando su contribución a esta área de investigación.

En lo que se refiere a las limitaciones de este estudio se puede destacar que por tratarse de un estudio de caso único, sus resultados no pueden ser generalizados. Otro factor limitante es que las entrevistas fueron grabadas y esto puede haber inhibido a los entrevistados. Es posible que los gestores y empleados hayan omitido opiniones más contundentes por temor a ser perjudicados.

Como sugerencia para futuras investigaciones se indica hacer nuevos estudios con una muestra mayor de parques temáticos o con empresas turísticas de diferentes áreas y portes, incluyendo otros *stakeholders*. Esto posibilitaría comparar los resultados obtenidos a través de diferentes métodos de investigación.

Entre los aportes teóricos que proporcionó este estudio se destaca que posibilitó la identificación de las contribuciones de la responsabilidad social corporativa y de las demás construcciones del Campo de los Negocios y la Sociedad incluidos en el modelo VBA a la administración de empresas turísticas conforme la percepción de sus *stakeholders*. Otra contribución fue el uso en el contexto brasileño de un modelo teórico producido en una realidad distinta, una empresa turística de gran porte y considerable impacto socioeconómico en la región donde está situada. Estos resultados ayudan a una mejor comprensión de la realidad de las empresas turísticas de la región a través de principios teórico-empíricos y pueden servir de base para perfeccionar la gestión socialmente responsable en estas organizaciones y para el desarrollo del turismo sustentable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araujo, L. M.** (2008) "Análise de stakeholders para o turismo sustentável". Caderno Virtual de Turismo 8(1): 91-99. Disponível em: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=Acesso em: 25/03/2012>
- Beto Carrero World** (2012a) "Estrutura e serviços oferecidos". Disponível em: <http://www.betocarrero.com.br/>. Acesso em: 26/03/2012
- Beto Carrero World** (2012b) "Beto Carrero World confirma aliança com a Dreamworks e a Universal Studios". Disponível em: <http://www.betocarrero.com.br/sala-de-imprensa/release.php?id=260>. Acesso em: 26/03/2012
- Beto Carrero World** (2014) "Mapa de Penha". Disponível em www.betocarrero.com.br/design/imagens/mapa-como-chegar-grande.jpg Acesso em: 05/06/2014
- Bohdanowicz, P. & Zientara, P.** (2008) "Hotel companies' contribution to improving the quality of life of local communities and the well-being of their employees". Tourism and Hospitality Research 9(2): 147–158
- Bowen, H.** (1953) "Social responsibilities of the businessman". Harper & Row, New York
- Bramwell, B. & Lane, B.** (1993) "Sustainable tourism: an evolving global approach". Journal of Sustainable Tourism 1(1): 1-5
- Byrd, E. T.; Cárdenas, D. A. & Greenwood, J. B.** (2008) "Factors of stakeholder understanding of tourism: the case of Eastern North Carolina". Tourism and Hospitality Research 8(3): 192 – 204
- Carroll, A. B.** (1979) "A three-dimensional conceptual model of corporate social performance". Academy of Management Review (4): 497-505
- Carroll, A. B.** (1991) "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders". Business Horizons 34(4): 39-46
- Carroll, A. B.** (1998) "The four faces of corporate citizenship". Business and Society Review 100(1): 1-7
- Carroll, A. B.** (1999) "Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct". Business and Society 38(3): 268-295
- Cowper-Smith, A. & Grosbois, D.** (2011) "The adoption of corporate social responsibility practices in the airline industry". Journal of Sustainable Tourism 19(1): 59–77
- Dreher, M. T. & Rueckert, R. A. O.** (2010) "Responsabilidade social e cooperação intersetorial: uma leitura sobre a inserção de jovens no mercado de trabalho turístico". VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul
- Faria, A. & Sauerbronn, F. F.** (2008) "A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica". RAP 42(1): 07-33
- Freeman, R. E.** (1984) "Strategic management: a stakeholder approach". Sage, Massachusetts
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE** (2012) "Censo de Santa Catarina – 2010" Disponível em: [Http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf...](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/tabelas_pdf...) Acesso em 30/03/2012
- Lane, B.** (2001) "Sustainable Tourism: Challenges and opportunities for Hawaii". Lecture, Honolulu

- Larson, R. & Farber, B.** (2000) "Estatística aplicada". Pearson Prentice Hall, São Paulo
- Levy, S. E. & Park, S.-Y.** (2011) "An analysis of CSR activities in the lodging industry". *Journal of Hospitality and Tourism Management* 18: 147–154
- Manente, M.; Minghetti, V. & Mingotto, E.** (2012) "Ranking assessment systems for responsible tourism products and corporate social responsibility practices". *Anatolia – An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 23(1): 75–89
- McIntyre, G.** (1993) "Sustainable Tourism Development: Guide for the local planners". World Tourism Organization, Madrid
- Molina, M. M.** (2011) "La responsabilidad social corporativa en la gestión hotelera". *Anuario Turismo y Sociedad* (12): 169-184
- Organização Mundial do Turismo (OMT)** (2012) "Sustainable development of tourism". Disponível em: <http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-5>. Acesso em: 20/02/2012
- Parmar, B. L.; Freeman, R. E.; Harrison, J. S.; Wicks, A. C.; Purnell, L. & de Colle, S.** (2010) "Stakeholder Theory: The State of the Art". *The Academy of Management Annals* 4(1): 403-445
- Prefeitura Municipal de Penha – PMP** (2012) "Aspectos geográficos – Aspectos físicos". Disponível em: <http://www.penha.sc.gov.br/conteudo/?item=15408&fa=7293&PHPSESSID=> Acesso em: 02/02/2012
- Schwartz, M. S. & Carroll, A. B.** (2007) "Integrating and unifying competing and complementary frameworks: the search for a common core in the business and society field". *Business & Society* 20(10): 1-39
- Secretaria Municipal de Turismo de Penha** (2012) Disponível em: <http://www.turismopenha.com.br>. Acesso em: 02/02/2012
- Silveira, L. H.** (2011) "Fórmula 1 em Penha?". *A Notícia*, Florianópolis, nro. 1019. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/anoticia/jsp/default2.jsp?uf=2&local=> Acesso em: 30/07/2012
- Vergara, S. C.** (2000) "Projetos e relatórios de pesquisa em administração". Atlas, São Paulo
- Vong, F.** (2010) "Perception of Macao teachers and students regarding gaming operators' Social Responsibility". *UNLV Gaming Research & Review Journal* 14(1): 1-13
- Yin, R. K.** (2002) "Estudo de caso: planejamento e métodos". Bookman, Porto Alegre

Recibido el 05 de marzo de 2014

Reenviado el 06 de junio de 2014

Aceptado el 15 de junio de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

LA EXPANSIÓN DEL TURISMO Y LAS SEGUNDAS RESIDENCIAS
Implicaciones en el sector inmobiliario de la costa de Parnamirim/RN y Nísia Floresta/RN
(Brasil)

*Elizângela Justino de Oliveira**
Universidade Federal de Rio
Grande do Norte - Natal - Brasil

Resumen: Los datos estadísticos desde 1990 hasta hoy indican el crecimiento de las residencias secundarias y el turismo en el estado de Rio Grande do Norte (Brasil), sobre todo en los municipios costeros de la Región Metropolitana de Natal. Esto, junto con el incremento del Litoral Potiguar, ha atraído inversiones al sector inmobiliario; que encontró en estas áreas las condiciones ideales para aumentar su lucro. El objetivo del presente artículo es identificar los procesos que promovieron la expansión del turismo y las segundas residencias en el litoral de Parnamirim/RN y Nísia Floresta/RN (Brasil) y las implicaciones de éste en el sector inmobiliario. La metodología del estudio recurrió al relevamiento bibliográfico, la visita al lugar, el registro fotográfico y el relevamiento de datos en organismos e instituciones gubernamentales (IBGE, SETUR/RN y Prefeitura Municipal). Se puede decir que el incremento del turismo en el Litoral Potiguar a partir de la implementación de políticas públicas que buscaron mejorar la infraestructura del acceso a la costa, permitió el crecimiento de las segundas residencias en el lugar, la atracción de inversiones inmobiliarias y la dinamización del sector.

PALABRAS CLAVE: turismo, segunda residencia, sector inmobiliario, Litoral Potiguar.

Abstract: The Growth of Tourism and Secondary Residences and its Implications on the Real Estate Sector in the Coastal Cities of Parnamirim/RN and Nísia Floresta/RN (Brasil). Statistical data from the 1990s to present-day have indicated an increase in secondary residences and tourism in the state of Rio Grande do Norte (Brasil), particularly in the coastal municipalities in the greater Natal region. This, along with an increase along the Potiguar coast, has attracted investments in the real estate sector, given the ideal conditions to increase profitability. The objective of this paper is to identify the processes that lead to increased tourism and secondary residences along the coast in Parnamirim and Nísia Floresta, RN (Brasil) and the implications of this on the real estate market. The methodology used in this study included a literature review, a field visit, photographs and data collection in public organizations and institutions (IBGE, SETUR/RN, and municipal governments). We conclude that the increase in tourism along the Potiguar coast, by way of public policies that seek to improve access infrastructure to these areas, enabled an increase in secondary residences in these areas in addition to real estate investments, thus streamlining this sector.

KEY WORDS: tourism, secondary residence, Real Estate Sector, Potiguar Coast.

* Licenciada en Geografía y Magister en Turismo por la Universidad Federal de Rio Grande do Norte, Natal, Brasil. Miembro del grupo de Investigación Turismo y Sociedad de la Universidad Federal de Rio Grande do Norte. E-mail: elizangelaoiveirarn@gmail.com

INTRODUCCIÓN

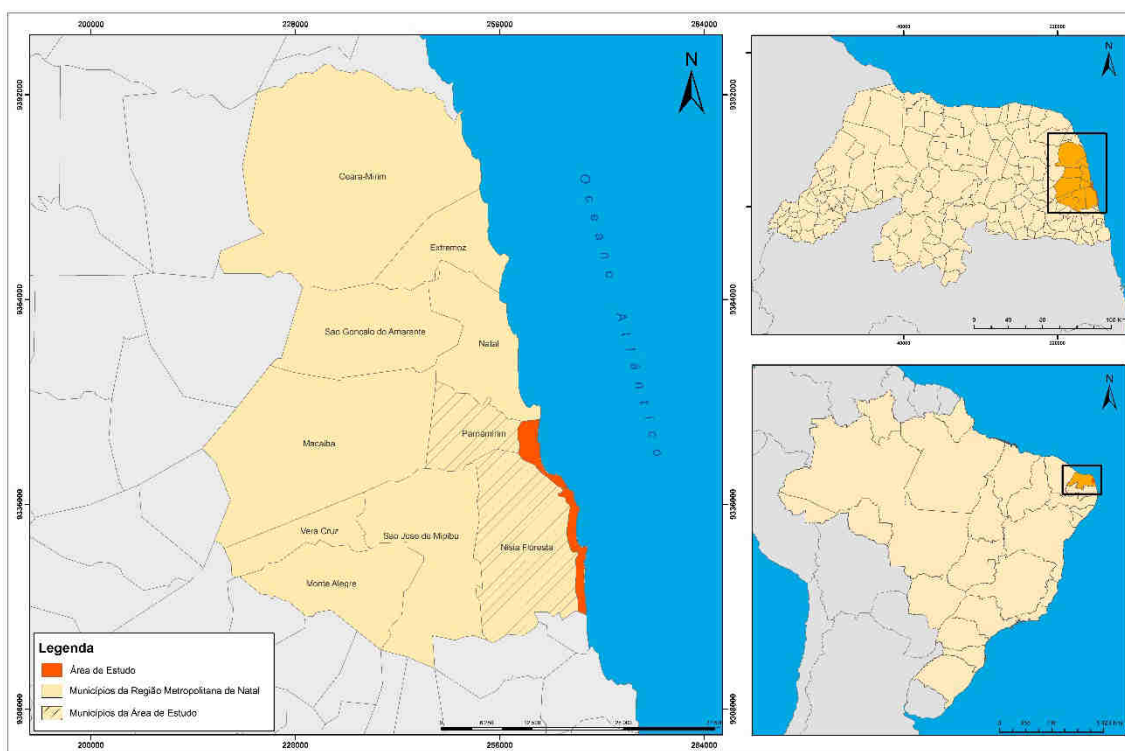
Los espacios costeros no siempre fueron privilegiados. Hasta mediados del siglo XVIII las playas eran vistas como repulsivas (Corbin, 1988), lo cual no favorecía que la sociedad se acercara a esos espacios. A esto se sumaba que hasta el siglo XVIII sólo las clases superiores (aristócratas, miembros de las familias reales y el clero) realizaban viajes sin motivaciones de trabajo o negocios. Estas clases sociales eran las que disponían de tiempo libre e ingresos suficientes para realizar actividades de ocio (Boyer, 1999; Urry, 1990).

La valoración de los espacios costeros se dará a partir de las prácticas marítimas modernas del siglo XIX, inicialmente con los tratamientos terapéuticos ligados a las enfermedades respiratorias, tuberculosis y depresión, incitados por los médicos que recomendaban los baños de mar. Posteriormente, los espacios costeros/zonas de playa comienzan a ser apropiados no sólo para los tratamientos terapéuticos sino también para los baños de mar por mero placer. En este contexto, el mar deja de ser un territorio vacío (Corbin, 1988) y de miedo (Delumeau, 1978). Junto a este cambio surgen las primeras segundas residencias del área, que tendrán un rol importante en la ocupación y valoración de las áreas de playa para el ocio. En el Nordeste Brasileño los baños de mar comienzan a formar parte de la vida cotidiana de las poblaciones urbanas a fines del siglo XIX, pero el inicio de la urbanización de la costanera con fines recreativos data de 1920 (Pereira, 2012).

Con la valoración y ocupación de las áreas costeras se inicia el proceso de urbanización “*como resultado de la demanda de espacios de ocio*” (Dantas & Pereira, 2010: 73). Así, la segunda residencia es el principal deseo de esa nueva elite que busca inicialmente establecerse en las zonas de playa de las capitales. Posteriormente, se observa una fuga de las áreas más pobladas hacia las áreas de playa de los municipios adyacentes a las capitales. La ocupación de las áreas costeras por las segundas residencias se da a partir de las décadas de 1980 y 1990 con las inversiones en políticas públicas para desarrollar e impulsar el turismo en el litoral del nordeste brasileño.

El análisis que se propone aquí tiene por objetivo identificar los procesos que promovieron la expansión del turismo de segundas residencias en el litoral de Parnamirim/RN y Nísia Floresta/RN (Brasil) y las implicaciones de dicho proceso en el sector inmobiliario. Para el desarrollo del estudio se estableció como recorte espacial la franja del litoral de los municipios de Parnamirim y Nísia Floresta (Figura 1), demarcada por los sectores censados. El recorte se justifica debido a que la ocupación del área por las segundas residencias se inició en la década de 1960 y se intensificó en las últimas décadas, más allá de que los municipios mencionados recibieron las primeras visitas turísticas en la década de 1990, hasta consolidarse.

Figura 1: Mapa de localización del área de estudio



Fuente: IBGE (2011)

El recorte temporal abarca desde 1990 hasta la actualidad. Se consideraron dos importantes eventos en ese período: a partir de 1991 el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) comenzó a brindar datos sobre las residencias secundarias permitiendo identificar su expansión en los municipios enfocados en las dos últimas décadas; y en 1995 se implementó el PRODETUR/RN propiciando la expansión del turismo y el proceso de ocupación del litoral sur de Natal, con la construcción y mejora de los accesos viales.

La metodología de estudio incluyó un relevamiento bibliográfico, una visita al lugar, registro fotográfico y un relevamiento de datos en organismos e instituciones gubernamentales como el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), la Secretaría de Turismo de Rio Grande do Norte (SETUR/RN) y la Prefeitura Municipal. Es importante destacar que el presente artículo es un fragmento de la tesis de maestría presentada por la autora en 2013.

EL CONCEPTO DE SEGUNDA RESIDENCIA

Los primeros datos oficiales sobre segundas residencias en Brasil surgen en 1970 cuando el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) las incluyó en el grupo de “domicilios cerrados”. Es decir que el habitante temporario estaba ausente el día del censo. En el Censo de 1980 esta modalidad de residencia aparece designada como “vivienda de uso ocasional”, normalmente usada para descanso de fin de semana o vacaciones, considerándose sólo los inmuebles que estaban cerrados o cuyo propietario estaba ausente el día del censo.

En el Censo de 1991 el IBGE restringe la segunda residencia a la propiedad, identificándola como “viviendas particulares de uso ocasional” durante los fines de semana o períodos de vacaciones para descanso u ocio. Este Instituto mejora la recolección de datos para no restringir la categoría de esa modalidad de residencia a la ausencia del habitante temporario. Es decir que el domicilio de uso ocasional sería computado como tal aunque el habitante temporario estuviera presente en el lugar, si es que el uso de la vivienda era temporario y su finalidad era el ocio o el descanso. Así, 1991 enmarca el análisis de la expansión de las segundas residencias pues sólo a partir de entonces se pueden emprender estudios sistemáticos y más detallados sobre el tema.

Para Tulik (2001: 4) la segunda residencia también es denominada “*casa de temporada, de playa, de campo, chalé, cabaña, rancho, sitio o chacra de ocio*”, términos aplicados a esos inmuebles usados temporalmente en los períodos de tiempo libre. Normalmente este tipo de inmueble está relacionado con el uso temporario, el descanso, el ocio y el desplazamiento de las personas de su residencia permanente a su residencia temporal.

No obstante, se comprende que la sociedad capitalista contemporánea redefina ciertos conceptos. Así, los estudios realizados sobre la segunda residencia en España han considerado la definición del Instituto Nacional de Estadística de España (INE), por entender que se trata de un concepto amplio y completo que considera los nuevos comportamientos de la sociedad y hasta los lugares que inicialmente fueron definidos para el ocio y que luego pueden estar unidos al trabajo. Para el INE (citado por Lopes Colás, 2003: 6) una residencia es secundaria *cuando es utilizada sólo una parte del año, de forma estacional, periódica o esporádicamente y no constituye la residencia habitual de una o varias personas. Por lo tanto, puede ser una casa de campo, playa o ciudad que se usa para vacaciones, veraneo, fines de semana, trabajos temporarios u otros fines.*

Cuadro 1: Principales características de las residencias secundarias

Características	Comentario
Finalidad	La principal característica de las residencias secundarias se refiere a su finalidad: el ocio. Casi todos los autores admiten la característica recreativa de este tipo de inmueble (Tulik, 2001; López Colás, 2003)
Tiempo libre	Según Assis (2003) otra característica de la residencia secundaria es el tiempo libre, condición esencial para disfrutar el alojamiento. Tulik (2001: 12) agrega que la mayor o menor disponibilidad de tiempo libre ejerce un rol significativo en la selección de los lugares para adquirir este tipo de casas y que la elección del lugar es definida por la relación tiempo-costo-distancia.
Temporalidad	Otra característica en la que coinciden los autores del área es la temporalidad, ya que nadie reside permanentemente en una residencia secundaria (Tulik, 2001; Assis, 2003; López Colás, 2003).
Disponibilidad económica	Una de las condiciones necesarias para adquirir este tipo de inmueble es la disponibilidad de un ingreso que garantice la adquisición y también el mantenimiento de una segunda residencia (Tulik, 2001).
Propiedad	El IBGE ubica a los domicilios de uso ocasional entre los domicilios particulares. Así, le confiere a la segunda residencia un sentido de propiedad, aunque dicho inmueble pueda ser alquilado u prestado. Mientras que Tulik (2001) dice que esto no debería estar ligado al concepto operativo de la segunda residencia.
Usuario	Una característica de este tipo de residencia hace referencia al carácter familiar del usuario, que en general son parejas con hijos. También se observa que es elevado el número de jubilados que utilizan esta modalidad de vivienda (López Colás, 2003)
Localización	Otra cuestión que se presenta es la ubicación de la residencia secundaria, que puede estar en la zona urbana o rural. Según Tulik (2001) el contexto cultural explica dónde es más probable encontrar este tipo de inmueble.
Vínculo	La residencia secundaria representa una relación permanente entre origen y destino, ya que existe una cierta regularidad entre salida, llegada y retorno. La frecuencia posibilita la creación de un vínculo entre el usuario y el lugar donde se localiza la segunda residencia (Eugení Sánchez, 1991; Tulik, 2001; López Colás, 2003)

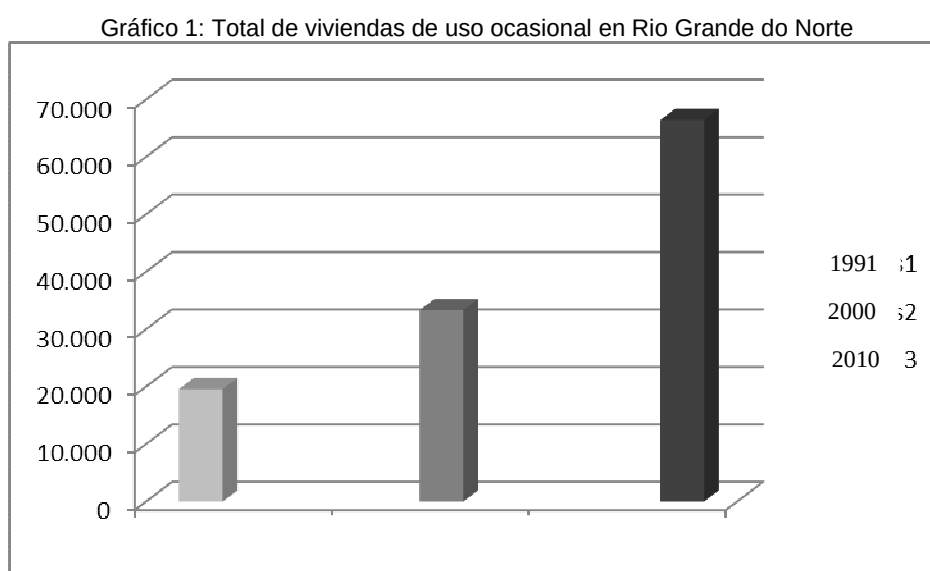
Fuente: Fonseca & Lima (2012)

La segunda residencia es un tipo de inmueble que puede estar localizado no sólo en áreas costeras sino también en otros lugares. Su característica principal es que debe ser usada ocasionalmente (aquí hay consenso entre diferentes autores) durante las vacaciones o los fines de semana, aunque el concepto incluya no sólo la finalidad de ocio sino también de trabajo. Fonseca & Lima (2012) agregan otras características de las residencias secundarias (Cuadro 1).

Algunos autores (Muller, Hall & Keen, 2004: 15) afirman que los “*propietarios de las segundas residencias son turistas*”. Otros (Tulik 2001; Hiernaux-Nicolas, 2005) definen la segunda residencia como un alojamiento turístico (cuando son alquilados y/u ocupados por turistas), aunque esta no sea la regla para este tipo de inmueble, pues la mayoría de sus usuarios frecuentemente retorna durante varios años seguidos estableciendo un vínculo social con los pobladores locales y un vínculo territorial con el lugar, a diferencia del turista. Así, no se entiende que los propietarios de segunda residencia sean turistas ni que este tipo de inmueble sea considerado un alojamiento turístico, considerando que el vínculo territorial establecido con el lugar resulta una de las principales características que distinguen al usuario de segunda residencia del turista.

LA EXPANSIÓN DE LAS SEGUNDAS RESIDENCIAS Y EL TURISMO EN EL LITORAL POTIGUAR

Analizando la totalidad de residencias secundarias en Rio Grande do Norte en los últimos Censos del IBGE (1991, 2000 y 2010), la cantidad de “viviendas de uso ocasional” ha ido creciendo a lo largo de los años (Gráfico 1).



Fuente: IBGE (2010)

En 1991 eran 19.576 residencias secundarias en Rio Grande do Norte. En 2000 el número creció a 33.321 unidades, presentando un aumento de cerca del 58% en nueve años. En 2010 se

contabilizaron 66.432 unidades presentando un crecimiento de cerca del 99,37% superior al período censal anterior (1991-2000). Según los datos del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE) sobre las segundas residencias, a partir de 1991 este tipo de vivienda se expandió en todo Rio Grande do Norte; sobre todo en los municipios costeros de la Región Metropolitana de Natal (Tabla 1).

Tabla 1: Crecimiento de las viviendas de uso ocasional en los municipios costeros de la Región Metropolitana de Natal (1991/2000/2010)

Municipios	1991	2000	2010	% 1991-2000	% 2000 -2010
Ceará Mirim	579	910	1.858	57,17	104,17
Extremoz	1.223	2.471	4.354	102,04	76,20
Natal	1.452	2.780	5.850	91,46	110,43
Nísia Floresta	2.016	3.442	5.674	70,73	64,85
Parnamirim	887	1.823	4.018	105,52	120,41

Fuente: IBGE (1991, 2000 y 2010)

Comparando el porcentaje de las viviendas de uso ocasional de los municipios con el total de la Región Metropolitana de Natal (RMN), el Censo de 2010 muestra que el mayor porcentaje de segundas residencias en los municipios de dicha región es el del Litoral: de los 10 municipios que componen la Región Metropolitana de Natal, cinco son del litoral (Natal, Nísia Floresta, Extremoz, Parnamirim y Ceará-Mirim). En el Censo de 2010 estos cinco municipios sumaban el 32,74% del total de las residencias secundarias de todo el estado de Rio Grande do Norte, o sea casi un tercio del conjunto de estas residencias en todo el Estado; lo que ratifica la idea de valoración y demanda de los espacios costeros por parte de la elite potiguar. Estos se concentran en la RMN debido a que esa zona dispone de una buena infraestructura.

Así, la Región Metropolitana de Natal comienza a contar en su franja del litoral con una ocupación y un uso del espacio dentro de la lógica del ocio, que se dio con la emergencia de una sociedad fuertemente urbanizada y hedonista.

En Natal, la expansión de las segundas residencias comenzó a principios del siglo XX, cuando el núcleo urbano de la ciudad se encontraba en los barrios da Ribeira, da Cidade Alta y do Alecrim, dirigiéndose paulatinamente hacia la playa al difundirse la práctica de los baños de mar (inicialmente por recomendación médica y posteriormente por placer) que le aportaron a la playa un carácter recreativo y de residencia temporaria.

Según Silva (2010) antes dichas residencias se localizaban en chacras y haciendas de los barrios das Quintas, Barro Vermelho y Cidade Nova, cercanos a los espacios urbanos, y sus propietarios eran empleados públicos, políticos, hacendados y comerciantes exitosos; pues sólo estas personas disponían de capital excedente para su construcción y para costear los altos precios de mantenimiento de este tipo de inmueble.

Según Fonseca & Silva (2012: 99) *“las primeras residencias secundarias en Natal son anteriores a la práctica de los baños de mar y al uso recreativo de la playa, en un período que aún no consideraba a la playa como un lugar de residencia y ocio”*.

En lo que se refiere a este movimiento en Natal, según Fonseca & Silva (2012: 100) *“se inicia en las primeras décadas del siglo XX en las Playas de Areia Preta y do Meio (década de 1920), luego en la Redinha (décadas de 1920 - 1930) y finalmente en Ponta Negra (décadas de 1940 - 1950)”*. Las Playas de Areia Preta y do Meio fueron las primeras en ser ocupadas (Figura 2), asumiendo la función recreativa con la construcción de las segundas residencias de los natalenses.

Figura 2: Segundas residencias en la Praia de Areia Preta en 1915



Fuente: Miranda (1999: 61)

Miranda (1999) al relatar el proceso de urbanización de Natal en el período comprendido entre 1599 y 1999, detalla como se dio la ocupación ligada al ocio en la Playa de Areia Preta durante las primeras décadas del siglo XX.

Natal llega a las playas de Areia Preta en busca de los baños de mar [en referencia al proceso de ocupación]. Fue elegida en 1908 por resolución nº 115 de la Intendencia Municipal como la playa que mejores condiciones ofrecía. El territorio comprendía la línea divisoria que cierra el perímetro de la ciudad por el sur [...] Hasta 1920 fue una playa de pescadores, cuando comienzan a vender los ranchos y los natalenses inician la construcción de otros, además de las casas de adobe para pasar las semanas veraniegas de calor. Areia Preta fue legal y oficialmente la primer playa balnearia y en 1915 llegaba el tranvía. Su historia reúne fiestas, serenatas, baños y carnavales [...]. De 1915 en adelante se comenzaron a ver mejores casas y el verano se convirtió en una fiesta [...]. (Miranda, 1999: 60-61)

Luego de la ocupación de las playas de Areia Preta y do Meio, se ocupa la playa de Ponta Negra entre las décadas de 1960 y 1980, y finalmente se extrapola la trama urbana de Natal hacia los municipios vecinos del litoral sur, Parnamirim y Nísia Floresta. Dicho movimiento se centra en la

segunda residencia como principal objeto de espacialización, inductor de la urbanización recreativa de la playa. Los primeros indicios de ocupación en el litoral de Parnamirim y Nísia Floresta con fines recreativos se dan a fines de la década de 1970 e inicios de la década de 1980 con el surgimiento de los primeros loteos en la costa. Es importante mencionar que en este período se inician las políticas de promoción del turismo en el Nordeste Brasileiro, cuando se empiezan a valorar las áreas del litoral y se consolida la idea de una playa destinada a la recreación.

Pontes *et al.* (1993: 51-52) identificaron entre 1980 y 1983, 23 loteos en Nísia Floresta (la mayoría en Búzios). En lo que se refiere al año de implementación y a la cantidad de loteos, están distribuidos de la siguiente manera: “1977-1; 1978-1; 1979-7; 1980-8; 1981-1; 1982-2; y 1983-3”. En Parnamirim se observó la existencia de seis loteos, siendo el primero en el año 1966 en Pirangi do Norte. Para Pontes *et al.* (1993: 50) en Nísia Floresta “los loteos rescatados en el registro local muestran que la ubicación preferencial correspondía a Pirangi do Norte”.

La distribución de las viviendas de uso ocasional en Nísia Floresta y Parnamirim se concentra en las playas de Camurupim, Barra de Tabatinga y Búzios (Nísia Floresta); y en Pirangi do Norte (Parnamirim) (Tabla 2).

Tabla 2: Distribución de viviendas de uso ocasional por playa en los Municipios de Nísia Floresta y Parnamirim (2010)

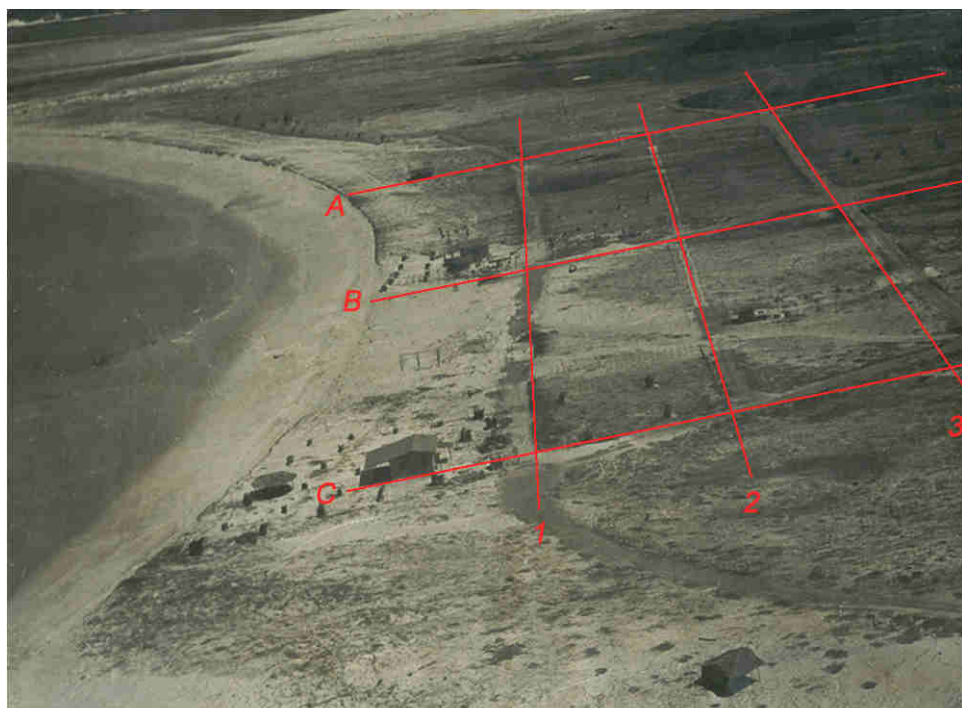
Playa	Viviendas de Uso Ocasional
Nísia Floresta	
Barreta	993
Camurupim e Barra de Tabatinga	1.275
Búzios	1.623
Pirangi do Sul	421
Parnamirim	
Pirangi do Norte	1.397
Cotovelo	592
Pium	62

Fuente: IBGE (2010)

Las playas de Camurupim y Barra de Tabatinga fueron las primeras en ser ocupadas en la década de 1980 con el loteo. Actualmente el fácil acceso a estas playas permite la expansión de las segundas residencias (Figuras 3 y 4).

Las primeras casas a la vera del mar eran de paja y barro. Dos décadas después, se dio un proceso de ocupación de la costa más intenso y con tipologías diferentes. La expansión de las segundas residencias también permitió el crecimiento de comercios y servicios en el litoral. El área de la imagen es donde actualmente se emplazan posadas, restaurantes y bares.

Figura 3: Praia de Tabatinga en 1983



Fuente: Archivo particular de Pedro Vitorino

Figura 4: Praia de Tabatinga en 2006



Fuente: Archivo particular de Pedro Vitorino

Así, esas áreas se han tornado ideales para la reproducción del capital, mostrándose apropiadas y atractivas para las inversiones en el sector inmobiliario ya que poseen un litoral atractivo y una buena estructura en cuanto a las políticas territoriales que buscan los agentes inmobiliarios.

A partir de la década de 1990 secuencial y concomitantemente al crecimiento de este tipo de residencia, el desarrollo del turismo en el Litoral Potiguar posibilitó la desconcentración. El mismo se desarrolló a partir de los atractivos existentes en los municipios costeros del entorno de Natal como Parnamirim y Nísia Floresta, poseedores de bellezas naturales. Asimismo, en dichos municipios se ubican algunos de los principales atractivos turísticos del Polo “Costa das Dunas” como:

- Parnamirim, donde están las playas de Cotovelo y Pirangi do Norte, con el “Mayor *Cajueiro* del Mundo” en esta última (un árbol gigante que resulta uno de los principales atractivos para el turista).

- Nísia Floresta, con las playas de Barreta, Camurupim, Barra de Tabatinga, Búzios y Pirangi do Sul, sumadas a las dunas y a un complejo de 23 lagunas, de las cuales las más visitadas por el turista son la de Arituba, la do Bonfim, la de Boa-Água y la do Carcará;

Se sabe que las bellezas naturales en sí mismas no desarrollan el turismo, sino que es necesario poseer una mínima estructura hotelera, de restauración y entretenimiento para que el turista se sienta atraído y quiera permanecer en el lugar visitado. Estos municipios del litoral si bien eran ricos en recursos naturales, estaban retrasados en cuanto a la infraestructura. Así, a partir de la década de 1990, coincidente con el proceso de ocupación y expansión de las segundas residencias en el litoral sur potiguar, el Estado lleva a cabo acciones para impulsar el desarrollo de la actividad turística. La implementación de políticas públicas fue fundamental para desarrollar el turismo e instalar servicios turísticos de restauración, hotelería y emprendimientos inmobiliarios para atender a la nueva demanda existente. Inicialmente las inversiones se daban en la capital del Estado mediante obras de infraestructura como el mega proyecto turístico “Parque das Dunas/Via Costeira – PD/PV” y el “Programa de Desarrollo del Turismo en Rio Grande do Norte – PRODETUR I-RN”.

El primero se proyectó a fines de la década de 1970 y se implementó en la segunda mitad de la década de 1980. El mismo une dos playas urbanas de Natal (Areia Preta y Ponta Negra) a través de la carretera Via Costeira. Si bien el proyecto buscaba construir hoteles a lo largo de la autovía para impulsar la actividad turística, la vía también permitió una ocupación más densa de Ponta Negra. El PRODETUR I-RN se implementó en la década de 1990 abarcando una amplia área del Estado: los municipios de Ceará-Mirim, Extremoz, Natal, Parnamirim, Nísia Floresta y Tibau do Sul (los cinco primeros integran la RMN). Dicho programa fue relevante en cuanto a la implementación de algunas obras de infraestructura que resultaron importantes para el incremento del turismo como las inversiones en saneamiento básico (agua y cloacas), la ampliación y modernización del aeropuerto “Augusto Severo” (el área inicial de 2.970m² se amplió a 10.300m²) y el área de estacionamiento (su capacidad para 130 vehículos creció a 475) y la construcción y mejora de carreteras.

La implementación de estos recursos y objetos geográficos en el espacio redimensionó los flujos hacia el área, de personas (turistas, usuarios de segunda residencia, población permanente), de capital, de mercaderías, etc.; teniendo en cuenta que esos recursos propiciaron el crecimiento de viviendas permanentes y viviendas de uso ocasional.

El conjunto de los “*recursos naturales [playas, dunas, acantilados, lagunas, etc.] y sociales*” (Santos, 2008: 87), unido a la importancia que el ocio ha conquistado en la sociedad contemporánea, dio origen a un sistema de ingeniería que ha promovido el aumento de los turistas en el Estado, la expansión de las segundas residencias y la refuncionalización del territorio en el litoral de Parnamirim y Nísia Floresta.

Considerando que la mayor parte de los turistas que visitan los municipios en cuestión se conforma por aquellos que van hacia Natal, los datos concernientes a este destino revelan un crecimiento en el número de turistas entre 2001 y 2012, aunque presenta una caída en el número de turistas extranjeros a partir de 2008. En 2001 el número total de turistas era de 1.089.110. Sumaban 985.095 brasileños (90,45%) y 104.015 extranjeros (9,55%). En 2012 el total de turistas era de 1.701.009, siendo 1.590.187 (93,48%) brasileños y 110.912 (6,52%) extranjeros. En la Tabla 3 se ve que el número de turistas ha crecido años a año y que el número de turistas nacionales es superior al de turistas extranjeros. Es evidente la caída en el número de turistas extranjeros a partir de 2008 (crisis económica) y entre 2001 y 2007 el porcentaje de turistas aumentó sucesivamente (Tabla 3).

Tabla 3: Flujo de turistas en Natal 2001-2012

Años	Brasileños		Extranjeros		Total
	Flujo	%	Flujo	%	Flujo
2001	985.095	90,45	104.015	9,55	1.089.110
2002	882.227	88,25	117.467	11,75	999.694
2003	837.911	83,23	168.855	16,77	1.006.766
2004	975.296	81,13	226.915	18,87	1.202.211
2005	1.086.016	80,11	269.664	19,89	1.355.680
2006	1.147.221	83,54	226.012	16,46	1.373.233
2007	1.155.009	85,48	196.118	14,52	1.351.127
2008	1.218.104	87,56	173.047	12,44	1.391.151
2009	1.344.415	91,10	131.322	8,90	1.475.737
2010	1.529.511	92,69	120.591	7,31	1.650.102
2011	1.552.589	92,70	122.264	7,30	1.674.853
2012	1.590.187	93,48	110.912	6,52	1.701.009

Fuente: Da Hora & Medeiros (2014)

La demanda de turistas extranjeros entre 2003 y 2005 llegó a representar entre el 17% y el 20% del total de turistas que visitaban el Estado de Rio Grande do Norte, teniendo como principales países emisores a Portugal, Argentina, Italia y Holanda; mientras que en 2012 no superó el 6,5% del

total. El aumento de la demanda entre 2003 y 2005 repercutió en el crecimiento de la oferta de hospedaje, habitaciones y camas en el Estado de Rio Grande do Norte y en especial en Natal, principal polo receptor del Estado (Tabla 4).

Tabla 4: Capacidad de Hospedaje (Natal y RN) 2001/2005

Años	Natal			Rio Grande do Norte		
	MHS ¹	UHS ²	Camas	MHS	UHS	Camas
2001	179	6.548	16.506	450	10.082	26.353
2002	186	6.834	19.721	563	11.549	34.015
2003	179	7.162	20.234	594	12.414	36.118
2004	199	7.653	22.015	623	13.604	39.252
2005 ³	(*)	8.814	24.733	652	14.933	42.306

1 MHS = medios de hospedaje; 2 UHS = unidades habitacionales (cuartos); 3 los datos para 2005 fueron estimados

(*) datos no estimados

Fuente: SETUR-RN (2008)

Aunque a partir de 2008 el número de turistas extranjeros decae sucesivamente, la demanda nacional continúa creciendo y manteniendo la dinámica del sector, que sigue siendo importante para la economía del Estado de Rio Grande do Norte.

DINÁMICA DEL SECTOR INMOBILIARIO

El litoral potiguar ha presentando en los últimos 15 años una elevada capacidad de captación de inversiones inmobiliarias que pueden ser percibidas a partir de las nuevas tipologías de inmuebles que surgen en el litoral de los municipios de Nísia Floresta y Parnamirim (condominios cerrados para usuarios de segunda residencia y pobladores permanentes), atendiendo una demanda local y extranjera fuera de los complejos turísticos.

Los emprendimientos exclusivamente hoteleros se encuentran en Natal y los municipios del entorno (Parnamirim y Nísia Floresta) concentran los complejos turísticos residenciales. Esto se debe a que las segundas residencias se concentran en los municipios costeros de la Región Metropolitana y no propiamente en Natal, porque el litoral ya está densamente ocupado y por el alto precio de la tierra.

A pesar de la significativa presencia de capital extranjero en el litoral de los municipios analizados actualmente la mayoría de las inversiones son mixtas, es decir que las empresas nacionales se asocian a las redes hoteleras internacionales. Asimismo con la crisis económica de 2008, los complejos residenciales que apuntaban a la demanda extranjera pasaron a atender una demanda esencialmente nacional.

Antes de esta expansión del sector inmobiliario en el Litoral en 1980 las casas de veraneo eran construidas en el litoral de los municipios de Parnamirim y Nísia Floresta en las playas de Pirangi do Norte y do Sul, Búzios, Barra de Tabatinga, Camurupim y Barreta. Éstas eran frecuentadas principalmente por familias de Natal, Parnamirim y Nísia Floresta durante los fines de semana o en vacaciones, *“atendiendo a la demanda local del propio Estado”* (Silva, 2010: 8). Dichas residencias secundarias se distribuían en forma aislada a lo largo del Litoral Oriental Potiguar, en las playas al sur de Natal con tipologías simples y en formato horizontal.

Actualmente, la expansión de las residencias secundarias ha asumido una nueva expresión en el litoral caracterizada por: inversiones que reúnen grandes volúmenes de capitales internacionales y/o mixtos, una demanda procedente del exterior (europeos) y mayor diversificación de las tipologías de los emprendimientos destinados a residencia secundaria (condominios cerrados estándares, resorts y complejos turísticos) como el condominio construido por españoles “Residencial Vivenda Paraíso” (Figura 5). Éste se ubica en Búzios (Nísia Floresta), posee 22 apartamentos (propietarios nacionales sobre todo natalenses) y 9 chalés (propietarios españoles) utilizados durante las vacaciones. Otro ejemplo en Nísia Floresta es el condominio de segunda residencia “Búzios Dream” (Búzios) y el condominio “Tabatinga Beach Resort” que posee 74 unidades (Barra de Tabatinga); ambos construidos con recursos noruegos. Además del complejo turístico residencial Praia Bonita Resort (Camurupim) construido también con capitales internacionales.

Figura 5: Condominio de segunda residencia “Residencial Vivenda Paraíso”



Fuente: Elizângela Oliveira - Trabajo de campo (2012)

Otros ejemplos semejantes que se pueden citar en Parnamirim son el “Dunas de Cotovelo” (Figuras 6 y 7) en Pium (un condominio construido por franceses que posee 62 unidades utilizadas como segundas residencias y residencias permanentes) y el *Blue Marlin- Resort Spa Recepção* en la playa Praia de Cotovelo (Parnamirim). Es un emprendimiento de noruegos y daneses que posee 100 unidades destinadas a segunda residencia, hotel, SPA y área de recreación.

Figuras 6 y 7: Condominio “Dunas de Cotovelo” en Pium - Parnamirim



Fuente: Elizângela Oliveira - Trabajo de campo (2012)

Con la explosión costera de los estados nordestinos promovida por las políticas públicas, despuntó el desarrollo de la actividad turística a partir de la década de 1990 y se expandieron las segundas residencias agregándole valor al Litoral Nordeste. Así, el sector inmobiliario percibió un escenario promisorio con nuevas y lucrativas oportunidades reestructurándose para atender las diversas demandas que han ido surgiendo.

La diversidad que reina en el lugar se observa tanto a partir de la nacionalidad de los propietarios de los inmuebles (brasileño o extranjero) como en lo que se refiere a la permanencia o no en la vivienda, ya que ésta puede ser de uso ocasional en temporada de vacaciones o de uso permanente. Incluso puede ser usada como alojamiento turístico sólo en determinados períodos.

La reciente expansión de estas viviendas está vinculada a la asociación del capital inmobiliario con los negocios turísticos, es decir que los empresarios del sector inmobiliario encontraron y desarrollaron nuevas oportunidades de negocios en los destinos turísticos que abarcan alojamientos turísticos y residencias secundarias. Si hasta fines del siglo XX la producción y consumo de estas viviendas se daba en el ámbito regional/estadual, hoy se comprueba una fuerte presencia de inversiones extranjeras tanto en la producción como en el consumo de estos bienes inmobiliarios, cuya finalidad ya no es sólo el ocio y el descanso sino la oportunidad de negocio buscando rentabilidad. (Fonseca & Silva, 2012: 96)

La expansión de los negocios inmobiliarios asociados al turismo y la segunda residencia va unida a la idea de una buena inversión reuniendo seguridad, exclusividad y ocio en lugares de

paisajes agradables como las costas, que ya disponen de infraestructura. Así, el promotor inmobiliario como agente de reproducción del espacio, para obtener ganancias, utiliza los recursos naturales que dan valor al litoral y las obras infraestructurales (provenientes de inversiones públicas) que promovieron la facilidad de acceso al área. De esta manera el mercado inmobiliario se intensifica e incorpora cada vez más áreas próximas a la playa, valiéndose de discursos que atraen a los más variados públicos.

CONSIDERACIONES FINALES

Las segundas residencias surgieron en el litoral de Parnamirim y Nísia Floresta en la década de 1960 para atender la demanda de recreación, sobre todo de los natalenses. Su construcción atrajo los primeros equipamientos urbanos y de servicios para atender a las personas durante las vacaciones y los fines de semana. Mientras que a partir de la década de 1980 se inicia el crecimiento del turismo en el Litoral Potiguar con la implementación de políticas públicas que buscaban mejorar la infraestructura.

La construcción de vías de acceso al litoral permitió el crecimiento en esta área de la población permanente y de residencias permanentes y secundarias. Asimismo posibilitó el desarrollo del turismo con la construcción de hoteles, posadas, restaurantes y bares para atender a los turistas. La ocupación se da más intensamente a medida que se van instalando en el área equipamientos y servicios urbanos (saneamiento, carreteras, energía eléctrica, etc.).

El sector inmobiliario vislumbró en este proceso las condiciones necesarias para aumentar su lucro, sumando las mejoras de la infraestructura urbana a las ya existentes ventajas naturales y creando nuevos productos para comercializar. En este contexto surgen los condominios cerrados de residencias horizontales y apartamentos y los complejos turísticos. Este sector ha reestructurado el área, sobre todo con el ingreso de capital extranjero que modificó y amplió su oferta en lo que se refiere a la tipología de los emprendimientos.

Las residencias secundarias se diferencian de las residencias de la población local en tamaño. Las primeras construcciones fueron emplazadas en loteos de pequeñas dimensiones y formato horizontal mientras que los condominios que representan a las construcciones recientes son cerrados y verticales.

Los cambios citados no redundan en mejoras para la población local que continúa en calidad de subempleada (empleadas domésticas y caseros), ya que las residencias se ocupan sólo durante la temporada alta y la mayor parte del año están desocupadas. Los residentes que realizan actividades comerciales también tienen dificultades para mantenerse económicamente durante el año, considerando el carácter temporario de la actividad turística y recreativa.

Con la crisis económica de 2008 fue disminuyendo anualmente el flujo de turistas extranjeros hacia el Litoral Potiguar. Muchos de los emprendimientos están sin terminar o son vendidos a clientes brasileños. El abandono de los condominios torna insegura el área, susceptible de asaltos, sobre todo porque los servicios de seguridad e iluminación son intensificados en temporada alta (período comprendido entre diciembre y febrero). Aún así, el sector inmobiliario ha encontrado nuevas estrategias para reconstruirse. Para enfrentar las adversidades actualmente ha dirigido su oferta hacia la demanda nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Assis, L. F. de** (2003) "Turismo de segunda residência: a expressão espacial do fenômeno e as possibilidades de análise geográfica". *Revista Território* Año VII(11, 12, 13): 107-122
- Boyer, M.** (1999) "Histoire du tourisme de masse". Presses Universitaires de France, Paris
- Corbin, A.** (1988) "Le territoire du vide: l'Occident et le désir du rivage (1750- 1840)". Aubier, Paris
- Da Hora, C. E. P. & Medeiros, F. A. C. de** (2014) "Anuário de Natal". SEMURB, Natal
- Dantas, E. W. C. & Pereira, A. Q.** (2010) "Reflexões sobre a vilegiatura marítima nos trópicos". In: Dantas, E. W. C.; Ferreira, A. L. & Clementino, M. L. M. *Turismo e imobiliário nas metrópoles*. Letra Capital, Rio de Janeiro, pp. 71-83
- Delumeau, J.** (1978) "La peur en Occident, XVIème - XVIIIème siècles". Fayard, Paris
- Eugeni Sánchez, J.** (1991) "Espacio, economía y sociedad". Siglo veintiuno Editores, Madrid
- Fonseca, M. A. P. & Silva, K. O.** (2012) "Origem e Evolução das segundas residências no Pólo Costa das Dunas/RN". In: Fonseca, M. A. P. (org.) *Segunda residência, lazer e Turismo*. EDUFRN, Natal, pp. 95-126
- Fonseca, M. A. P. & Lima, R. M. M.** (2012) "Segunda Residência: Conceito, características e significados". In: Fonseca, M. A. P. (org.) *Segunda residência, lazer e Turismo*. EDUFRN, Natal/RN, pp. 11-18
- Hiernaux-Nicolas, D.** (2005) "La promoción inmobiliaria y El turismo residencial: El caso mexicano". *Sripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 194(05) Disponible em: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-05.htm>. Acceso em: 18/09/2013
- IBGE** (1991) "Sinopse preliminar do censo demográfico". Rio de Janeiro
- IBGE** (2000) "Sinopse preliminar do censo demográfico 2000". Disponible em: http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/sinopse_preliminar/Censo2000sinopse.pdf. Acceso em: 15/04/2012
- IBGE** (2010) "Sinopse do censo demográfico 2010". Disponible em: <http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse>. Acceso em: 15/04/2012
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE** (2011) "2010: resultados da Sinopse por setor censitário. Ministério de Planejamento, Orçamento e Gestão". Centro de Documentação e Disseminação de Informações Documentação do Arquivo, Rio de Janeiro

- Lópes Colás, J.** (2003) "La residencia secundaria en España: estudio territorial de uso y tenencia". Tese (Doutorado em Geografia). Facultat de Filosofia i Lletres. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona
- Miranda, J. M. F.** (1999) "Evolução urbana de Natal em 400 anos (1599-1999)". Coleção Natal 400 anos: Vol. VII, Governo do Rio Grande do Norte, Prefeitura de Natal
- Müller, D. K.; Hall, C. M. & Keen D.** (2004) "Second home tourism impact, planning and management". In: Hall, C. M. & D. K. Müller (edit.) *Tourism, mobility and second homes. Between elite landscape and common ground*. Channel View Publications, Clevedon, pp.15–32
- Pereira, A. Q.** (2012) "A urbanização vai à praia: contradições da vilegiatura marítima à metropolização no nordeste do Brasil". Tese (Doutorado em Geografia) Programa de Pós- graduação em geografia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza
- Pontes, M. B. S.; Nóbrega Júnior, O.; Lima, J. A. & Brito, M. T.** (1993) "Meio – Ambiente e processo fundiário em conflito: Parnamirim e Nísia Floresta". UFRN/CCHLA, Natal
- Santos, M.** (2008) "Metamorfose do Espaço Habitado". EDUSP, São Paulo
- SETUR-RN - Secretaria de Turismo do Estado do Rio Grande do Norte** (2008) "Indicadores básicos do turismo no Rio Grande do Norte – 2001/2005". Natal
- Silva, K. O.** (2010) "A residência secundária e uso do espaço público no litoral oriental potiguar". Dissertação (Mestrado em Geografia) Programa de Pós- graduação em geografia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal
- Tulik, O.** (2001) "Turismo e meios de hospedagem: casas de temporada". Roca, São Paulo
- Urry, J.** (1990) "The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies". SAGE Publications, London

Recibido el 03 de septiembre de 2014

Reenviado el 16 de noviembre de 2014

Aceptado el 26 de noviembre de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

APORTES PARA LA MEDICIÓN DEL VALOR AÑADIDO POR EL TURISMO

El turismo residencial estival en las mediciones del Producto Bruto Geográfico del Partido de General Pueyrredon, Argentina

Ana Julia Atucha*
María Eugenia Labruné*
María Teresa López***
Lucía Studnitz****
Universidad Nacional de
Mar del Plata – Argentina

Resumen: La ciudad de Mar del Plata, Provincia de Buenos Aires, Argentina, presenta una estructura económica vinculada a su evolución como centro turístico, desde inicios del siglo XX. La estimación local del Producto Bruto Geográfico, confirma la importancia del turismo de sol y playas, en la organización productiva de la ciudad. De acuerdo a las estadísticas locales, el hospedaje de turistas en la ciudad se orienta al denominado turismo residencial, el cual refiere al realizado en viviendas principalmente en verano. Esta particularidad queda oculta en las clasificaciones tradicionales del Producto Bruto ya que no se mide expresamente la magnitud de su aporte económico. El objetivo de este trabajo es presentar las características de este alojamiento y una estimación de su contribución económica, mediante el valor agregado generado en las temporadas de verano de 2004 y 2010. Se emplearon fuentes secundarias, encuestas y entrevistas en profundidad, y entre los principales resultados se estimó que el turismo residencial en temporada estival aportó 78 millones de pesos en 2004 a la economía local. Hacia 2010, dicho guarismo se incrementó en un 40% a valores constantes. El escrito contribuye a ampliar el conocimiento sobre el rédito económico de la actividad turística receptiva local y cubre un área de vacancia destinada a autoridades y oferentes de servicios turísticos para la formulación y el fortalecimiento de políticas públicas y privadas.

PALABRAS CLAVE: turismo residencial, valor agregado, General Pueyrredón, Argentina.

Abstract: Contributions for Added Value Measurements for Tourism. The Summer Residential Tourism in Measures of Gross Geographic Product of Partido de General Pueyrredon, Argentina. Since the beginning of the twentieth century, the city of Mar del Plata, Province of Buenos Aires, Argentina, presented a structured economy linked to its evolution as a touristic center. The local estimate of Gross Geographic Product confirms the importance of sun and beaches tourism in the

* Licenciada en Economía por la Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, Argentina. Especialista en docencia universitaria en la misma institución. Docente e Investigadora del Grupo de Investigación Indicadores Socio Económicos que pertenece al Centro de Investigaciones Económicas y Sociales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. E-mail: atucha@mdp.edu.ar; anajulia.atucha@gmail.com

* Licenciada en Economía por la Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, Argentina. Magister en Economía y Desarrollo Industrial con mención en Pymes UNGS. Doctoranda en Ciencias Sociales y Humanas por la Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Docente e Investigadora del Grupo de Investigación Indicadores Socio Económicos que pertenece al Centro de Investigaciones Económicas y Sociales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. E-mail: melabrun@mdp.edu.ar

*** Licenciada en Economía por la Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, Argentina. Docente e Investigadora del Grupo de Investigación Indicadores Socio Económicos que pertenece al Centro de Investigaciones Económicas y Sociales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina. E-mail: mtlopez@mdp.edu.ar; mtlopez17@gmail.com

**** Licenciada en Economía por la Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata, Argentina. Adscripta al Grupo de Investigación Indicadores Socio Económicos de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. E-mail: lstudnitz@gmail.com

productive organization of the city. According to local statistics, hosting tourists in the city is oriented to residential tourism, which refers to that performed in homes, mainly in summer. This feature is hidden in traditional classifications of Gross Domestic Product since there are no explicit measurements of the magnitude of their economic contribution. The aim of this paper is to present the characteristics of this kind of hosting and its estimated economic contribution through the value added generated in the summer seasons of 2004 and 2010. Secondary sources, surveys and interviews were used and the main result was that residential tourism in the summer season contributed with 78 million pesos to the local economy, in 2004. By 2010, this numeral increased by 40% at constant values. This writing helps to extend knowledge about the economic profit of the local receptive tourism and covers an available area aimed to authorities and suppliers of touristic services for the development and strengthening of public and private policies.

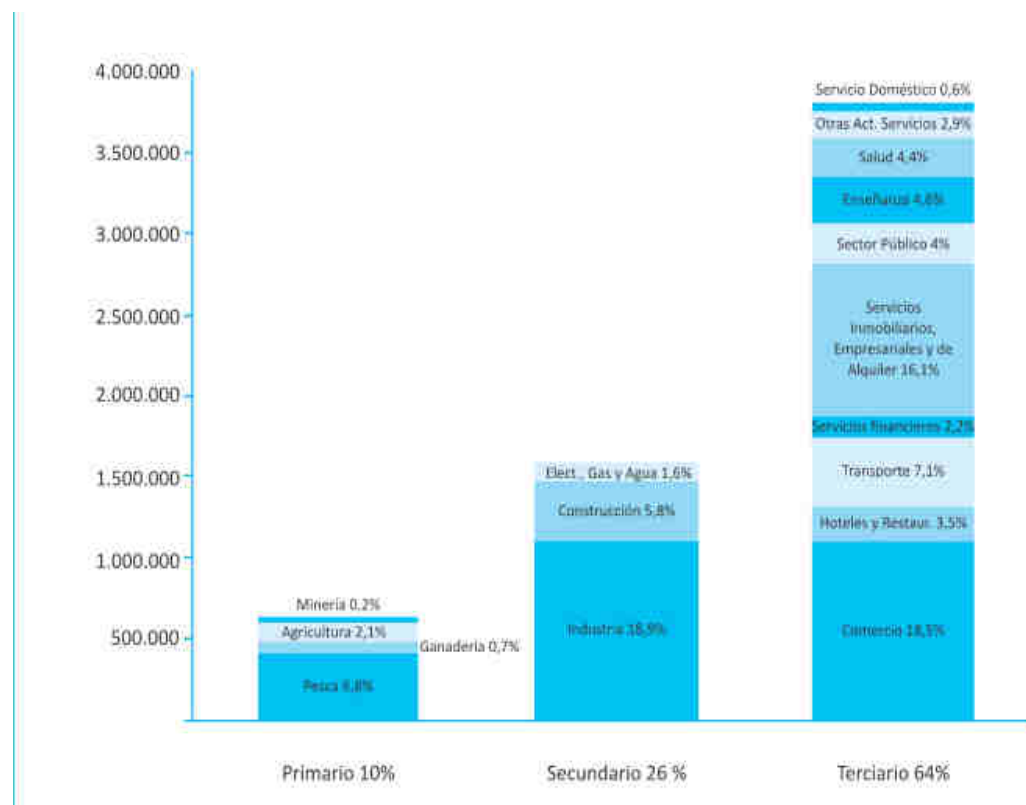
KEY WORDS: *residential tourism, value added, General Pueyrredon, Argentina.*

INTRODUCCIÓN

Este estudio analiza la contribución económica y las características principales del turismo residencial en Mar del Plata, ciudad cabecera del Partido de General Pueyrredon, Argentina. Esta localidad, ya desde sus orígenes, se define por su desarrollo a partir de sectores de acumulación y de atracción de fuerza de trabajo relacionados al turismo gracias a su ubicación geográfica, costera al océano atlántico y con amplias playas y atractivos urbanos. Es necesario mencionar que la pesca es otra de las actividades relevantes de la estructura económica. Ya desde fines del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX estas actividades plantearon una aceleración del proceso de urbanización superior al conjunto del país (Nuñez, 2000). Es decir, la organización productiva local presenta un carácter estructural vinculado en una buena parte a la estacionalidad del turismo de sol y playas, fenómeno verificado mediante las estimaciones del PBG (Gráfico 1) (Wierny et al., 2012a).

Además, las actividades directa o indirectamente relacionadas al turismo receptivo tienen una alta participación dentro del Sector Terciario, el cual representa las dos terceras partes del total del producto (Atucha et al., 2013: 74-76). Entre ellas, se destacan la hotelería y gastronomía, el comercio y las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (Wierny et al., 2012a) (Gráfico 2). También se relacionan con el turismo, actividades como la financiera, transporte, salud y construcción, que colaboran para satisfacer una mayor demanda de prestaciones de servicios en cada temporada (Lanari et al., 1999: 80).

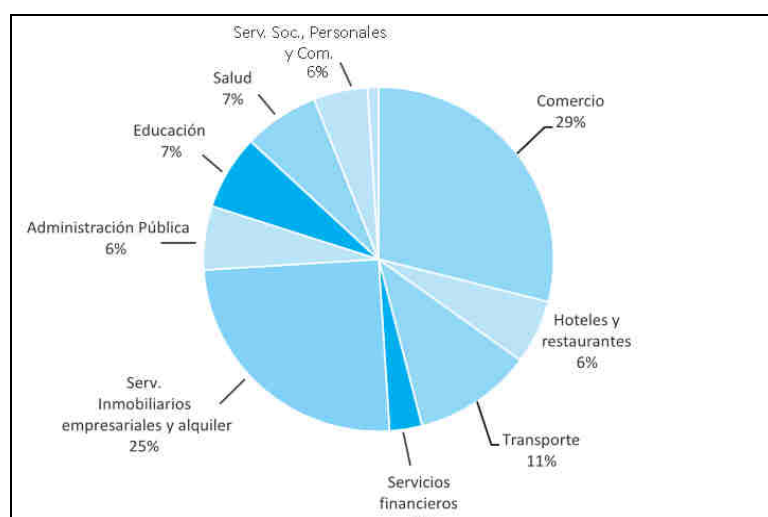
Gráfico 1: Producto Bruto Geográfico del partido de General Pueyrredon por sectores de actividad. Año base 2004. En miles de pesos (*)



Fuente: Extraído de Wierny *et al.*, 2012a pp. 14

(*)Tipo de cambio peso/dólar al 31/12/04, \$2,99

Gráfico 2: Participación relativa sectorial en el Valor Agregado del Sector Terciario. Año 2004



Fuente: Extraído de Wierny *et al.*, 2012a pp. 29

Numerosos estudios y relevamientos del Ente Municipal de Turismo (EMTur) y de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FCEyS) dan cuenta de la importancia de esta actividad y se ocupan

de describir las características y pautas de consumo de los servicios turísticos. Entre los rasgos más importantes se destaca la dicotomía entre turismo serviciado y turismo residencial. La primera refiere al alojamiento en hoteles residenciales, hospedajes y campings mientras que la segunda al hospedaje en viviendas, fenómeno que se analiza aquí. En particular, la bibliografía académica que estudia este tipo de turismo reviste un carácter descriptivo referido a las prácticas, los estilos de vida y consumos de la población migrante y sus enfoques son de carácter sociológico, demográfico y económico, específicamente, por la dinámica del sector inmobiliario que impulsan. Esta modalidad resulta ser habitual entre los turistas que eligen Mar del Plata, sobre todo de aquellos cuyo perfil está caracterizado por grupos familiares (Mantero, Laffan & Lefrou, 2011) y por ello resulta de interés discriminar su aporte económico incorporando una cuantificación monetaria, aspecto poco abordado en la literatura revisada.

Uno de los indicadores más reconocidos y útiles para avanzar en esta cuestión es el Producto. La Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FCEyS) de la Universidad Nacional de Mar del Plata, a través de convenios con el Municipio de General Pueyrredon, lleva adelante la estimación del Producto Bruto Geográfico (PBG) local. Este concepto, que forma parte de la Contabilidad Regional como desglose de la Contabilidad Nacional, estima el valor de todas las actividades económicas llevadas a cabo en un espacio geográfico, en este caso un partido, durante un período de tiempo. Esta información macroeconómica permite conocer y analizar la estructura productiva y muestra el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por cada sector económico, es decir, el valor agregado.

Sin embargo, el aporte del alojamiento para turismo residencial queda oculto por las limitaciones estadísticas del indicador de Producto, debido a que este tipo de alojamiento no es un sector económico con entidad propia dentro de la contabilidad nacional y por ende, la regional. En términos de este sistema de información, el turismo residencial estaría incluido dentro del concepto de *servicios de la vivienda propia* referido “*al uso de la vivienda ya sea por el propietario o por el inquilino*” (Wierny et al., 2012b: 36), actividad contenida dentro de las actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.

Es a partir de esta situación que en las estimaciones del equipo de la FCEyS de la UNMDP se indaga sobre la cantidad y tipo de inmuebles situados en zonas tradicionalmente turísticas que, en el Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPv) (INDEC, 2010) se hubieran detectado como deshabitados, en tanto se relevan fuera de la temporada estival. Esta categoría –deshabitadas– de gran importancia relativa en la ciudad, reúne casas y departamentos que en caso de su cercanía a las playas y los principales centros comerciales permiten presumir su uso por no residentes en el verano.

Además, se identifica la existencia de un mercado de alojamiento privado vinculado al turismo cuando estas viviendas son alquiladas, tampoco visible para las estadísticas tradicionales. Los actores de este mercado son por el lado de la demanda los visitantes de la ciudad y por la oferta, los

propietarios de viviendas que las poseen para generar una renta con ellas y quienes operan como intermediarios en una proporción de los alquileres (las empresas inmobiliarias).

Los principales objetivos de este escrito son desglosar el valor que esta sub-actividad añade al PBG en temporada de verano para los años 2004 y 2010, así como presentar información específica sobre las características que exhibe localmente la demanda y la oferta del arrendamiento de viviendas en esos meses. Posteriormente, estas mediciones se comparan con el aporte del resto del alojamiento que hacen los visitantes en hospedaje serviciado -hoteles y campings-. Adicionalmente, el equipo que estimó el PBG cumplió con otra meta que es la de reducir, con esta y otras mediciones efectuadas en diferentes sectores de actividad, la porción de la denominada Economía No Observada (ENO), es decir, *“aquellas actividades subdeclaradas, o que no pasan por el mercado, o que escapan a los dispositivos de recolección que generalmente se utilizan”* (Atucha et al., 2012: 256).

Más allá de los objetivos propuestos, este estudio permite delinear estrategias específicas para fomentar, desarrollar o priorizar aquel tipo de alojamiento que más rédito genere a la ciudad en términos de sustentabilidad. Se busca de este modo reunir, estructurar y ordenar información sobre la actividad de alojamiento en la ciudad, la cual se reconoce que es escasa y difusa (Varela Merino et al., 2003), de manera de ofrecer una visión completa e integral del subsector, los actores que participan en ella y su aporte económico.

Los datos surgen inicialmente de las bases de datos y el propio cálculo del Producto Bruto Geográfico local, información que se contextualiza además con documentación secundaria específica y de relevamientos especiales. Para el análisis de demanda se utilizaron los datos generados en forma sistemática por el EMTur en sus Estudios de Demanda (CIEM, 2013). Para el abordaje desde la oferta se analizan los resultados de una encuesta *ad hoc* realizada a prestadores inmobiliarios sobre las principales características, estructura de los alquileres ofrecidos y las ventas de viviendas para uso turístico, aplicada durante los meses de octubre y noviembre del año 2013; así como de entrevistas en profundidad a inmobiliarias líderes en la ciudad sobre la estructura de la oferta de prestaciones vinculadas al turismo privado. La captación de datos primarios se desarrolló en el marco de un proyecto específico en convenio con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) dependiente del Ministerio de Economía de la República Argentina.

MARCO TEÓRICO

El turismo residencial o *semi-migración*, de segunda vivienda o migración de viviendas (Barrantes Reynolds, 2011) implica la compra de segundas residencias por parte de visitantes, con el fin del consumo y el descanso. MacWatters se refiere al mismo como un fenómeno complejo, heterogéneo de reciente aparición, lo define a partir de un contexto y en relación a las prácticas y estilos de vida de una migración semipermanente a un destino específico y dice que genera un flujo canalizado de consumo dirigido (McWatters, 2008).

Este tipo de turismo se estudia desde 1950 mayormente en espacios geográficos con fuerte preponderancia de la actividad turística especialmente de sol y playa como España; y desde la década de 2000 en países de América Central como Costa Rica (Barrantes Reynolds, 2011; Barrantes Reynolds, 2013; Sastre Alberti, 1996; Martínez *et al.*, 2003; Ramón *et al.*, 2005; Salvà Tomàs, 2011). Estos antecedentes rescatan los impactos ambientales, laborales y económicos, migratorios, sociológicos y la sustentabilidad del desarrollo que genera el importante crecimiento de esta modalidad de turismo - particularmente de personas retiradas del mercado laboral como las oriundas de Norteamérica o el oeste de Europa- con gran impacto en el desarrollo inmobiliario y, por ende, económico.

Sin embargo, la extensa literatura que analiza esta modalidad de turismo no revela estimaciones precisas que determinen la magnitud de su importancia económica. Según Varisco (2005) existen limitaciones para hacerlo, como la falta de relevamientos que capten todas las actividades económicas en términos generales, su escasa cobertura de empresas de menor tamaño y la poca sistematización y periodización de los datos sobre la actividad concreta, así como la falta de unidad de criterios para la valoración o en la selección de indicadores.

En reconocimiento a estas dificultades es que las instituciones más relevantes a nivel mundial como la Organización Mundial de Turismo (OMT), la Oficina Estadística de la Unión Europea (Eurostat) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) desarrollan recomendaciones y elaboran marcos conceptuales para la estimación del Valor Agregado (VA) turístico, e incluso la Cuenta Satélite de Turismo (Luengo, 2005; CCE, OCDE, UN & OMT, 2001; OMT, 2001; INE, 2004; Varela Merino *et al.*, 2003). Argentina también ha avanzado en este camino (SECTUR - UBA, 2007, Varisco, 2005)

Otro antecedente considerado para avanzar en el conocimiento de los aportes de la actividad turística es el documento de Naciones Unidas - OMT (2010), *Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008*. Allí quedan definidos aquellos conceptos útiles para abordar la actividad turística desde su arista económica, entre otras. Esta fuente recomienda considerar la perspectiva de las actividades realizadas por visitantes y su efecto en la adquisición de bienes y servicios (desde la demanda), así como el conjunto de actividades productivas concebidas para atender a los visitantes (desde la oferta) (UN - OMT, 2010).

Por ello una de las tareas importantes a las cuales se abocan las instituciones mencionadas es definir clasificaciones sobre cada una de las categorías que identifican al turismo. Por caso, en la Unión Europea el alojamiento privado se define por exclusión del colectivo, como alojamientos que no son empresas y con capacidad limitada (Varela Merino *et al.*, 2003).

Entre las recomendaciones de UN - OMT (2010), respecto del turismo realizado en viviendas, se reconoce la compra de casas de vacaciones como una alternativa a la utilización de otros tipos de

alojamiento a corto plazo y se define al turismo receptivo realizado en viviendas propias como un tipo de alojamiento de base no comercial para evidenciar que el mismo no está relacionada con el mercado. También se hace mención al surgimiento de nuevas formas de adquisición y arrendamiento de casas de vacaciones como alojamientos en régimen de multipropiedad, hoteles en régimen de condominio, propiedades fraccionarias, clubes privados y otras formas de utilización y propiedad compartidas que hacen difícil establecer una clara distinción entre alojamiento pagado y lo que se describe como propiedad de bienes inmuebles o de casas de vacaciones (UN – OMT, 2010). Estas alternativas no son consideradas en el presente documento debido a la insuficiencia de registros para avanzar en una medición sobre su aporte económico a nivel local.

Aquí se propone avanzar en la cuestión a partir de los lineamientos del Sistema de Cuentas Nacionales y así determinar el valor generado por el uso de estas viviendas y el mercado de alquileres en temporada. En general, este subsector queda invisibilizado en las estimaciones de las Cuentas Nacionales, o sea que forma parte de la ENO. Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE, 2002) las actividades que conforman la ENO pueden categorizarse en cinco grupos: las subterráneas; las ilegales; las informales; las no observadas debido a vacíos en el dispositivo de captura de los datos básicos y las que realizan los hogares para su uso final propio.

La estimación del PBG del año base 2004 realizado por investigadores del Centro de Investigaciones Económicas y Sociales (CIES), publicada en Wierny *et al.* (2012a) y que actualmente se encuentra en proceso de actualización, tuvo en cuenta estas limitaciones y se abocó a la tarea de realizar ajustes para captar no sólo las actividades económicas registradas sino también aquellas actividades más difíciles de captar, por la falta de registros específicos o por informalidad, para dar cuenta de la estructura productiva local.

Para su captación desde las Cuentas Nacionales y por ende las regionales, el alojamiento residencial o privado de los turistas puede identificarse como parte de los servicios de las viviendas ocupadas por sus propietarios, rubro que no pasa por el mercado y forma parte del grupo de producción de los hogares. Pero el Sistema de Cuentas Nacionales (CEPAL ONU, FMI & OCDE, 1993) incluye siempre la imputación de los servicios de la vivienda, aduciendo que la vivienda constituye un bien durable con una importante incidencia en el patrimonio de las familias y en el stock de capital e independientemente del régimen de tenencia, genera valor agregado y por ello debe incluirse como actividad económica. La imputación corresponde al costo de oportunidad frente a la necesidad de pagar una renta por el alojamiento y atribuir este valor asegura para un período dado la comparabilidad espacial, ya que territorios en los que los usos y costumbres sean predominantemente el alquiler de vivienda se pueden contrastar con aquellos en los que la tendencia es habitar vivienda propia. Por lo tanto, el Sistema de Cuentas Nacionales (CEPAL ONU, FMI & OCDE, 1993) recomienda la inclusión de la valorización del servicio de uso de la totalidad del stock de viviendas ocupadas, ya sea propietarios o inquilinos, dejando sin estimar en este espacio territorial el VA de viviendas habitadas sólo en verano.

METODOLOGÍA PARA CAPTAR EL APOORTE DEL TURISMO RESIDENCIAL A LA ECONOMÍA LOCAL

El aporte económico del alojamiento turístico residencial en temporada estival se desglosa del valor agregado por los servicios de la vivienda propia en el caso del año 2004 y de las estimaciones preliminares del PBG en el año 2010. Como ya se explicitó los cálculos incluyen tanto la economía registrada como aquella que escapa a las estadísticas y en este apartado se expresan brevemente las fuentes y metodología empleadas que aparecen con mayor detalle en Wierny *et al.* (2012b).

Para la estimación del uso de la vivienda propia, como proveedor de un servicio esencial para la población, se emplea el concepto de *costo de oportunidad* que se calcula asignando o imputando a cada vivienda ocupada un alquiler de mercado, sea esta alquilada efectivamente o no. El cálculo del VA puede resumirse en la siguiente expresión: $VA: (\text{Precio de los alquileres} * \text{Cantidad de Viviendas}) - \text{Consumos Intermedios}$.

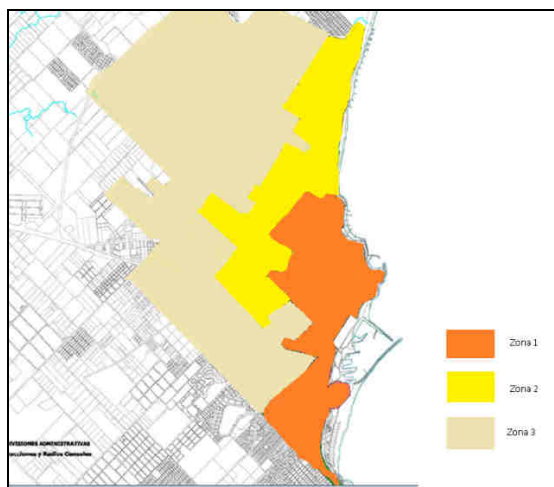
Por un lado, los valores de alquileres remiten a un relevamiento específico de los precios de alquiler de enero, febrero y marzo de 2004, a partir de los ofrecimientos de alquileres en el principal periódico local. En las entrevistas en profundidad realizadas a agentes inmobiliarios y de servicios de alquiler de viviendas, se verificó la pertinencia en el uso de esta fuente de información y se analizaron las recomendaciones del Colegio de Martilleros y Corredores Públicos de Mar del Plata (CMyCP), entidad que regula los precios en este mercado. Esta recopilación de datos fue discriminada por su ubicación en la ciudad y el tipo de vivienda. Las imputaciones del año 2010 repiten los valores de alquileres para el 2004 para poder identificar la evolución real entre estos años, sin los efectos del fenómeno inflacionario, es decir, en terminología de las Cuentas Nacionales, a valores constantes.

Por otro lado, especialmente para este estudio y con el fin de proceder con mayor rigor y precisión a la imputación de los valores de alquiler a las viviendas, se definió cuál es la ocupación para uso residencial potencialmente turístico en verano. En este sentido, tal como referencia Varela Merino *et al.* (2003), la cantidad de alojamientos privados con fines turísticos debiera determinarse a partir del número de viviendas secundarias existentes en el territorio y su distribución geográfica. En este sentido esta fuente considera a los censos poblacionales una fuente importante para una primera aproximación. Por ello, para identificar localmente la cantidad de viviendas con potencial uso turístico se consideran los tabulados específicos de los últimos dos censos poblacionales en Argentina- 2001 (ajustados a 2004 por permisos de obra) y 2010-. En el apartado viviendas, esta fuente revela la propiedad y destino, -residencia propia de todo el año, residencia propia en temporada, comercial o destinada a usufructo por renta-. Además, mediante las divisiones territoriales en fracciones censales es posible segmentar la ciudad de acuerdo a su cercanía a los espacios turísticos, las playas y centros comerciales. Por lo cual estos stock de viviendas diferenciados territorialmente se agruparon posteriormente en tres zonas definidas a partir de la proporción de viviendas destinadas al turismo o vacías al momento censal pero en cercanía a la línea costera. La opción de incorporar las viviendas

vacías en el momento de relevamiento censal se basa en que la ciudad de Mar del Plata recibe turismo durante los meses de verano (enero, febrero y parte de marzo) pero los operativos censales se hacen en el mes de octubre, por lo cual las viviendas que generalmente se utilizan sólo en temporada aparecen cerradas, incorporadas al stock total, pero sin relevar. La información del CNPyV se corroboró con los registros de usuarios de energía eléctrica de la empresa proveedora del servicio, discriminados por categoría, entre los cuales se encuentran los denominados Residenciales Estacionales. Esta clase corresponde a viviendas que registran consumo eléctrico sólo en temporada estival y su número resulta equivalente a la cantidad de viviendas registradas por el operativo censal como vacías y con destino turístico.

Respecto a la discriminación de las viviendas desocupadas en zonas, la 1 corresponde a aquellas fracciones geográficamente ubicadas en los espacios urbanos con mayor oferta de prestaciones turísticas, cercanas a las playas y áreas comerciales y por lo tanto, con mayor demanda de viviendas de alquiler en verano, las incluidas dentro la Zona 2, con demanda de alquiler para turismo intermedia y las de la Zona 3, como uso de todo el año por residentes locales (Imagen 1).

Imagen 1: Ubicación geográfica de zonas en relación a su potencialidad de uso como alojamiento turístico residencial



Fuente: Elaboración propia en base a fracciones censales. CNPyV 2010

También se consideraron en forma diferencial los tipos de vivienda, fundamentalmente las casas y departamentos. Por su parte, las viviendas denominadas de ocupación efectiva son aquellas que estaban ocupadas en el momento del operativo censal y este documento supone, ocupadas todo el año y por lo tanto excluidas de las estimaciones del presente escrito. Estas distinciones son la base sobre la cual se imputan en forma precisa los diferentes valores de alquileres.

Desde las Cuentas Nacionales, en referencia a los consumos intermedios corresponde que a la valorización de las viviendas por sus respectivos alquileres se les descuenta el costo de los bienes y servicios necesarios para realizar las reparaciones y mantenimiento que necesita todo inmueble. Aquí

se estimó un porcentaje de descuento establecido de acuerdo a recomendaciones de especialistas y verificado durante el operativo de recolección de datos primarios.

Para avanzar en el análisis de las características del turismo residencial localmente se consideró información secundaria generada en forma sistemática por el EMTur (2013) en sus Estudios de Demanda para abordar las características de este tipo de turismo. También se realizaron entrevistas en profundidad a 8 representantes de agrupaciones sectoriales e inmobiliarias, consideradas referentes locales por atender el mayor porcentaje del mercado, quienes ofrecieron una aproximación a las condiciones de la oferta imperantes en el mercado local. El operativo de captación de datos primarios se desarrolló en el marco de un proyecto específico en convenio con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) dependiente del Ministerio de Economía de la Nación. Los resultados fueron analizados mediante metodología cualitativa y se presentan en el apartado siguiente.

También se aplicó una encuesta a una muestra de 50 inmobiliarias ubicadas en zonas de mayor demanda de alojamiento para los turistas, 1 y 2. El objetivo de la misma era captar las principales características y prácticas vinculadas al turismo residencial, desde el punto de vista de la oferta de viviendas, ya sea para la venta o alquileres a no residentes.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO RESIDENCIAL DE LOS VISITANTES DE MAR DE PLATA Y EL MERCADO DE ALQUILERES

Dada la significación y la tracción del turismo a la economía local, desde el ámbito académico y desde la gestión municipal se genera información para conocer los usos y modalidades de los turistas que visitan la ciudad, en tanto el turismo es fundamentalmente *“un fenómeno de demanda, definido por el consumo realizado por los visitantes”* (Varisco, 2005: 73). Esta información se utiliza como herramienta para el diseño de estrategias públicas y privadas orientadas a mejorar las prestaciones. Este apartado refiere a las características del turismo relacionadas con el alojamiento en viviendas resultantes de la documentación examinada, las Encuestas de Demanda Turística del EMTur durante las temporadas 2004 a 2012 y de las opiniones de los principales referentes del sector inmobiliario local entrevistados.

Las indagaciones a las inmobiliarias rescatan las particularidades de la actividad que desarrollan, conscientes de la necesidad de optimizar los servicios de alquiler de viviendas para turistas, en un contexto de creciente competencia entre los diferentes destinos costeros. A esta pugna con otros destinos de sol y playa, potenciada desde la década de 1990, se suman las modificaciones en las pautas de consumo de la población respecto a su tiempo de ocio, las cuales conviven con conductas tradicionales. En este sentido, la mayor afluencia turística -característica distintiva de la ciudad- ocurre entre los meses de enero y febrero y en menor proporción durante la primera quincena de marzo. En promedio, desde la temporada 2003/04 a 2012, la ciudad recibe a cerca de 750 mil turistas desde el 15 de diciembre al 15 de marzo. Esto duplica la cantidad de personas que habitan en la

ciudad durante los meses estivales, intensificándose la totalidad de actividades productivas. En mayor medida los visitantes están compuestos por grupos familiares que provienen en más del 60% de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, capital de la República Argentina, y Gran Buenos Aires.

La característica que es necesario observar a los efectos de este documento es que sobresale la elección de las viviendas por sobre los hoteles como modalidad de alojamiento. Los resultados de las encuestas del EMTur, revelan que entre 2004 y 2012 -considerando todos los momentos del año con potencial turístico- en promedio 900 mil visitantes se alojan en viviendas y 230 mil lo hacen en hoteles. La alternativa de hospedarse en viviendas, también es mayoritaria al considerar sólo el verano ya que quienes se alojan en viviendas suman casi el 80% de los que descansan en la ciudad, de los cuales un 40% lo hace en viviendas propias, igual proporción en viviendas alquiladas y el resto son albergados por familiares o amigos residentes (Tabla 1).

Tabla 1: Distribución de turistas estables ⁽¹⁾ por tipo de alojamiento en temporada de verano en Mar del Plata

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Promedio
Vivienda familia/amigos	16,1%	13,1%	17,8%	17,8%	19,7%	15,6%	12,1%	17,0%	16,0%	16,1%
Vivienda alquilada	31,2%	30,0%	27,0%	27,0%	30,6%	31,6%	30,4%	41,1%	32,3%	31,2%
Vivienda propia	33,4%	37,0%	35,9%	35,9%	31,3%	37,0%	41,8%	23,0%	25,4%	33,4%
Vivienda total	80,8%	80,1%	80,7%	80,7%	81,7%	84,2%	84,2%	81,1%	73,7%	80,8%
Hotel	13,3%	18,9%	17,6%	15,1%	15,3%	15,3%	15,8%	18,0%	24,4%	17,1%
Camping	0,7%	1,0%	1,6%	2,0%	1,9%	0,5%	0,1%	0,9%	1,8%	1,2%
Otros	-	-	0,1%	2,2%	1,1%	-	-	-	0,5%	1,0%
Total	95% ⁽²⁾	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

⁽¹⁾Turistas estables: promedio diario de turistas que se encuentran en la ciudad en el periodo analizado. Se calcula a partir del arribo de turistas multiplicado por la estadía promedio ponderado por los días del período (mes) analizado. ⁽²⁾ No alcanza el 100% porque proviene de estimaciones.

Fuente: Elaboración propia en base a Estudios de Demanda del EMTur

Mantero, Laffan & Lefrou (2011) describen los perfiles particulares de los turistas que optan por esta modalidad de alojamiento y las causas que lo sustentan. Identifican que para este grupo el gasto es menor que el del hotel cuando las estadías son más prolongadas. El propietario de una inmobiliaria menciona al respecto que *“lo más demandado es departamento para 4 personas con un dormitorio que tiene cama matrimonial y dos camas en el living... más que nada para familias”*. En particular, este segmento privilegia períodos mayores a la estadía promedio y aducen que esta modalidad les ofrece libertad e independencia respecto a traslados y horarios. Cabe consignar que en el período analizado la duración de las estancias promedio es de 5 días si se considera el verano y de sólo 3 si se toma en cuenta todo el año.

El acortamiento de las estadías de los turistas, mencionado por Mantero, Laffan & Lefrou (2011) ha provocado que muchas inmobiliarias locales hayan cambiado su operatoria de alquileres de temporada a 24 meses en los últimos diez años. Uno de los entrevistados dijo, en referencia al motivo de haber abandonado las operaciones de los alquileres temporarios, que *“... cambió la forma de*

vacacionar, en esos años podía alquilar 15 días o 30 días... cambió la forma de turismo, hoy ya no lográs ni alquileres de 15 días. Las consultas por mail hoy son por fin de semana..."

En particular, entre quienes deciden alquilar viviendas, el EMTur también interroga a los turistas sobre cómo han efectuado el arrendamiento del inmueble y las categorías que propone son que se hagan de manera particular –66% de las operaciones –, o por medio de inmobiliarias -locales o de la ciudad de origen-. Manzo (2011) describe las modalidades más comunes de alquileres de viviendas que se contratan a través inmobiliarias y destaca el potencial de la ciudad para el desarrollo de esta actividad, prácticamente única en el país, que permite el arrendamiento a lo largo de todo el año. En relación a esto la existencia de una amplia oferta educativa terciaria y universitaria en la ciudad genera que estudiantes oriundos de ciudades vecinas ocupen en invierno las viviendas que alquilan los turistas en verano. Un entrevistado afirma que del total de las propiedades que alquilan *"...queda aproximadamente un 40% para estudiantes"*. Es necesario aclarar que esta posibilidad de complementar los alquileres de temporada con la oferta para estudiantes el resto del año, es una de las variables consideradas por los propietarios de inmuebles para decidir la oferta de sus propiedades en el mercado de alquileres de temporada, frente a la opción de 24 meses. Esta particularidad del mercado inmobiliario afecta el stock de viviendas ofrecidas en alquiler temporario y cobra importancia en el verano, ya que fuera de temporada, prevalece el uso de la hotelería. Un operador inmobiliario expone en consonancia: *"al cambiar la forma de turismo y hacerse por día, se beneficia más a un hotel que a una inmobiliaria. Salvo la que se dedica y es especialista en este tipo de locaciones"*.

En relación a las empresas inmobiliarias que se dedican a alquileres de verano se pudo detectar que los cambios en las preferencias de los consumidores han afectado al formato del mercado inmobiliario. En él actualmente participan establecimientos líderes que se dedican solamente a la actividad de alquileres temporarios y que ofrecen gran cantidad de viviendas. *"Nos dedicamos 100% a esto –temporada-, prácticamente dejamos los alquileres de invierno de lado, al contrario de los competidores cercanos"*. Para concretar esta tarea dedican 6 meses al año...*"con los preparativos, empezamos la temporada en octubre y terminamos en Semana Santa"*. También ofrecen alquileres de temporada en mucha menor cuantía otros establecimientos que hacen además alquileres de 24 meses y también compra venta. *"... hay muchas inmobiliarias que, como la venta está parada –aclara en relación a la situación macroeconómica-, se tiran a hacer alquileres aunque no en forma exclusiva como hacemos nosotros"*; dice un entrevistado en referencia a la brusca caída de las operaciones de compra venta que se verifica desde el 2011.

Al momento de escribir estas líneas en el mercado hay inmobiliarias que tienen una oferta de viviendas para alquiler temporario cercana a las 600, fundamentalmente departamentos, mientras que otros presentan topes en su oferta de hasta 150-200 unidades, límite pautado por el tamaño de sus establecimientos comerciales. Concretamente, un entrevistado expone *"cuando ya hablás de 200 propiedades, no queremos, porque tenés que cambiar tu estructura"*, refiriendo a la cantidad de personal que necesita la empresa para brindar este tipo de servicios. En los casos de las inmobiliarias

más grandes, los empleados pueden llegar a triplicarse durante enero y febrero, a la vez que amplían los horarios de atención que pueden llegar a abarcar desde las 7 hasta las 24 horas durante los 7 días de la semana.

El mercado de alquileres de viviendas en verano está conformado por pocas empresas que se pueden calificar como “líderes” y muchas inmobiliarias de menor tamaño relativo. Las primeras se califican como tales por la exclusividad a la actividad y su tamaño medido por la cantidad de departamentos que ofrecen. Además estas empresas impulsan al resto por el tipo acciones que generan y las innovaciones que desarrollan. Las segundas diversifican su accionar y se dedican a los alquileres de verano como complemento de la actividad de compra venta de viviendas y de los alquileres de 24 meses. La mayor parte de las transacciones sin embargo se desarrollan por otros medios, entre los que resalta particularmente el uso de Internet.

Esta particularidad de alquiler directo entre el propietario de la vivienda y el turista genera dificultades para alcanzar estimaciones precisas de su aporte económico. Pero, además, y tal como describe Manzo (2011), aparecen algunas problemáticas relacionadas con la intervención de las inmobiliarias como intermediarios. Fundamentalmente, éstas refieren a una escasa planificación que hizo que los turistas hayan optado en los últimos años por gestionar directamente los contratos sin posibilidad de reclamos ante incumplimientos. Sin embargo, el encargado de una inmobiliaria líder encuentra beneficiosa la situación para su establecimiento y afirma que *“las páginas de internet fueron una de las diversificaciones que tuvo el mercado hace 4 ó 5 años. Ese también es otro factor de la baja de algunos alquileres. La ventaja es que la gente sigue teniendo desconfianza porque ha habido muchísimas estafas por Internet...vos sabés que venís a cualquier inmobiliaria y si tenés algún tipo de problema con la propiedad, te lo soluciona”*.

La preocupación por erradicar estas situaciones ha llevado al Colegio de Martilleros y Corredores Públicos (CMycP, 2008) a proponer un documento en el que plasman una Categorización de Unidades de Renta Temporal con el fin de mejorar la oferta extra hotelera, básicamente compuesta por chalets y departamentos. Este ordenamiento, aún sin vigencia, es un sistema de puntaje otorgado a cada vivienda medido en soles, a semejanza de las estrellas de los hoteles. Los soles varían de uno a cinco y la categorización está basada en criterios como la antigüedad del inmueble, su ubicación, entorno, metraje, amueblamiento y servicios, entre otros.

Los referentes del sector inmobiliario también fueron indagados acerca de la estipulación de los precios de temporada, los cuales son sugeridos por el Colegio de Martilleros y Corredores Públicos todos los años. Al respecto afirmaron que la determinación de estos precios en la ciudad es *“un trabajo de consenso”*. Además, describen que lo que *“el Colegio hace es nuclear a los principales operadores, se analizan los resultados de la temporada pasada, la política de precios, la evolución de los precios del país y cómo ha sido el nivel de inflación”* y completan diciendo que esta negociación *“se fundamenta en reuniones... teniendo siempre en cuenta el bien común”*. Afirman que esto se

funda en la idea de que *“la propiedad esté una mayor cantidad de días ocupada a un precio menor”*. Y concluyen al respecto que *“de lo resuelto ahí [en referencia al CMyCP] se respetan las decisiones, por ejemplo los precios, porque siempre es en beneficio de las inmobiliarias”*. Respecto a los niveles de precios por mes afirman que *“en enero es lo máximo y en febrero bajan los precios alrededor de un 40%”*.

ESTIMACIÓN DEL APOORTE ECONÓMICO DEL ALOJAMIENTO DEL TURISMO RESIDENCIAL A LA ECONOMÍA LOCAL

El hecho de que más del 80% de los turistas encuestados por el EMTur (2013) explicitan haber elegido alojamiento en viviendas en temporada, exige considerar clasificaciones de actividades productivas alternativas o complementarias a las usuales en Cuentas Nacionales para calcular su aporte a la economía local. En efecto, la parte del producto vinculada al alojamiento turístico dentro de la clasificación tradicional es la rama Hoteles, la cual en el año 2004 generó 126 millones de pesos de valor agregado. Las plazas hoteleras alcanzan a 56 mil y la cantidad de turistas alojados entre el 15 de diciembre y el 15 de marzo, según estimaciones propias en base al EMTur, alcanzaría en promedio de los últimos diez años a 130 mil.

En cuanto a la estructura del stock de viviendas destinadas potencialmente al alojamiento privado para turismo se presentan los resultados de la sistematización de la información censal de 2010, las cuales aparecen en las Tablas 2 y 3. En la Tabla 2 aparecen los totales de vivienda por zona y se puede advertir que las zonas 1 y la 2, concentran 36 y 23 por ciento respectivamente, de los inmuebles destinados a uso residencial turístico. Este tipo de alojamiento en el total del partido es de 75 mil inmuebles, tomando en cuenta las tres zonas, lo que representa la cuarta parte del stock total de viviendas y ofrece la dimensión que tienen, a nivel local, los servicios de alojamiento privado potencialmente turístico. En la Tabla 3 se observa la distribución de viviendas entre departamentos y casas, provista también por el censo y distribuida por zona habiéndose descartado otros tipos de inmuebles como casillas, ranchos, etc.

Tabla 2: Clasificación de las viviendas del Partido según su ocupación por zona

Zonas	Total viviendas	Porcentaje de la zona respecto del total	Viviendas con ocupación efectiva (1)		Viviendas para uso residencial turístico (2)		Resto viviendas (3)	
			Unidades	en %	Unidades	en %	Unidades	en %
1	130.793	42	67.284	51	47.633	36	15.876	12
2	41.853	14	27.798	66	9.677	23	4.378	10
3	134.896	44	106.077	79	17.937	13	10.882	8
Total	307.542	100%	201.159	65%	75.247	25%	31.136	10%

Fuente: Elaboración propia en base CNPyV 2010

Tabla 3: Proporción de tipos de viviendas por zona

Zonas	Casa	Departamento
1	43%	57%
2	53%	47%
3	78%	21%

Fuente: Estimación propia en base a CNPyV 2010.

Estas viviendas y por ende, las plazas de alojamiento privado, de acuerdo a las declaraciones de los entrevistados, serían altamente fluctuantes, en tanto los propietarios alternan la oferta de sus viviendas para alquileres de 24 meses a temporada, a lo largo de los años e incluso dentro de un mismo año, según las condiciones micro y macroeconómicas tanto nacionales como internacionales. Hay que tener en cuenta, adicionalmente, que es posible segmentar la oferta del alquiler de temporada por día, semana, quincena o mes, tal como surge del trabajo de campo. Por lo tanto, solamente es posible asegurar en base a las estimaciones de demanda turística antes citadas que en promedio cerca de 250 mil personas -en verano - han utilizado esta modalidad de alojamiento, el doble de los alojados en hotelería.

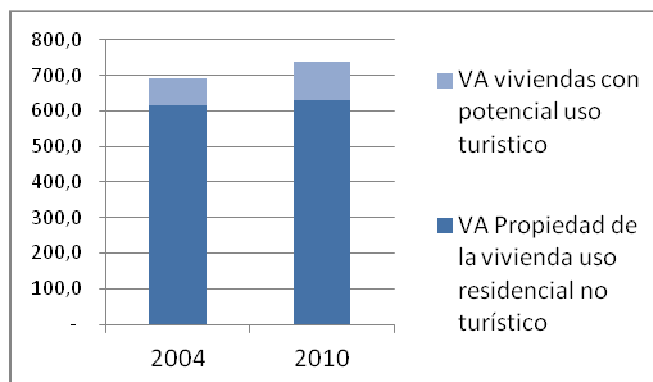
Cabe aclarar, además, que de acuerdo a la evolución de los registros de los permisos de obra privada en el municipio, publicados por el Centro de Información y Estadísticas Municipal (CIEM, 2013), no hay evidencia de aumento significativo de la capacidad hotelera en el período analizado. Este comportamiento es contrario a la evolución de la cantidad de obras de construcción privada en el mismo período, la cual ha crecido según la misma fuente un 30%. Uno de los referentes del mercado inmobiliario especializado en locaciones de 24 meses afirma al respecto que *“...todo el movimiento fuerte en construcción, comienza a traer una gran cantidad de mercadería nueva de propiedades a estrenar que pasa al mercado de locaciones...”* dados los frenos en las ventas impuestos por las recientes medidas cambiarias en el país.

Los stocks de viviendas destinados a su uso por turistas en verano generan un valor agregado denominado de alojamiento residencial estacional, de cerca de 78 millones de pesos en 2004, valor que se incrementó hacia 2010 en un 40% en términos reales, - con más de 110 millones de pesos-, estimado a partir de los lineamientos metodológicos presentados. Dentro de las estimaciones de la totalidad de los servicios de la vivienda propia que para el año 2004 representaron casi 700 millones de pesos, la magnitud que resultaba oculta como parte de la ENO fue del 11%. En 2010 estas cifras alcanzaron los 740 millones de pesos a valores constantes que incluía un 15% correspondiente al alojamiento en viviendas de los visitantes de la ciudad en verano invisibilizado para las estadísticas publicadas (Gráfico 3).

Estas estimaciones no permiten discriminar cuál es la parte que representa un costo de oportunidad -por el usufructo que hacen los dueños que se comportan como turistas- de aquella parte que responde a la actividad de mercado de alquileres de vivienda para temporada. Estas limitaciones

ya son abordadas en la bibliografía que analiza este tipo de turismo (Varela Merino *et al.*, 2003), en tanto los alojamientos privados -propiedad mayormente de los usuarios- y no considerarse una actividad económica en sí misma, por lo cual no se exige su registración. Tampoco suelen registrarse los casos en que estos dueños alquilan a otros turistas.

Gráfico 3: VA de los servicios de la vivienda propia con destino residencial no turístico y VA generado por el alojamiento residencial de temporada. Año 2004 y 2010. En millones de pesos, a valores constantes de 2004.



Fuente: Elaboración propia en base a estimaciones de PBG

Por otro lado, las estimaciones para todo el año 2004 del VA de Hotelería, eran de 126 millones de pesos y en 2010, de 132,5 millones de pesos valores constantes, cifras que incluyen tanto el alojamiento de la temporada estival como el resto del año. Para 2004 en función de contar con la información necesaria para aislar la proporción que corresponde a verano, ésta se estima en un valor cercano a 50 millones de pesos, magnitud inferior al del alojamiento en viviendas para ese período. Es decir, el alojamiento de los turistas en hoteles y en viviendas, en temporada, asciende a 130 millones de pesos y representaría el 2% del total del PBG local para ese año.

El esfuerzo que se ha hecho al considerar el valor agregado del alojamiento residencial expone también otra realidad sobre la que es necesario reflexionar. La temporada estival es una fuente de ocupación de la población local y las remuneraciones percibidas refuerzan los ingresos familiares (Lanari *et al.*, 1999: 86). El turismo en viviendas y especialmente aquel realizado directamente entre dueño y visitante es un generador de empleo sólo marginal. De acuerdo a las entrevistas y las encuestas aplicadas a inmobiliarias solamente aumentan los ocupados en aquellos establecimientos de mayor tamaño y que se dedican en forma exclusiva a alquileres de temporada. En el rubro alojamiento, sin embargo, el empleo es beneficiado en forma directa como consecuencia del alojamiento en hoteles.

CONSIDERACIONES FINALES Y PERSPECTIVAS DE ANÁLISIS FUTUROS

La literatura internacional da cuenta de la necesidad de dimensionar el aporte de los alojamientos privados a la actividad económica de muchas ciudades turísticas de sol y playa. En la revisión

bibliográfica realizada las mediciones generalmente se centran inicialmente en la difícil tarea de contabilizar la cantidad de viviendas con destino turístico para luego intentar abordar sus impactos a la sustentabilidad, no sólo económica, sino ambiental y hasta cultural. Aquí se avanzó en una aproximación a la estimación del aporte económico del turismo residencial en la ciudad de Mar del Plata, principal destino turístico de sol y playa del país. Específicamente, el aporte se ha basado en el cálculo del valor añadido por este tipo de alojamiento, de manera tal de que puedan ser comparables los análisis -tanto temporal como geográficamente- para aquellos territorios en los cuales se elaboren estadísticas de Producto Bruto.

El uso de viviendas como complemento de la hotelería permite dimensionar de manera más acertada la importancia que tiene el alojamiento de turistas en la ciudad. Las estimaciones fueron efectuadas a partir de la revisión de documentos y del trabajo de campo desarrollado y fueron posibles por la disponibilidad de gran cantidad de datos recopilados para la estimación del PBG local.

Por otra parte, se avanzó en la comprensión del mercado de alquileres de viviendas a turistas. La existencia de grandes empresas que lideran el mercado por sus acciones e innovaciones coexisten con muchas inmobiliarias que hacen de los alquileres de verano el complemento de su actividad de compra venta de viviendas y alquileres de 24 meses. Sin embargo, la mayor parte de las transacciones se desarrollan por vías informales, lo cual deja en muchos casos indefensos a los turistas ante el incumplimiento de pautas o por fraudes al no estar alcanzados por la legislación correspondiente.

La información generada permite pensar varias líneas estratégicas para avanzar en la gestión turística local en el ámbito público, para fomentar la actividad, potenciar los ingresos y reducir las informalidades. En este sentido, muchas acciones se desarrollan en Mar del Plata aunque muchas quedan aún por implementar. La puesta en funcionamiento del sistema de categorizaciones mediante *soles* para las viviendas propuesto por el Colegio de Martilleros permite pensar en un avance en pos de la calidad. Esto, además de contribuir a la transparencia y regularidad a las operaciones de mercado facilitaría las estimaciones del aporte económico de la actividad al proveer estadísticas sobre la cantidad de inmuebles que cada año son ofrecidos para turistas en la ciudad.

En términos académicos este avance permite delinear nuevos estudios específicos sobre la temática. Una de las aristas interesantes es el análisis de la inversión de capital que representa la adquisición de segundas viviendas, tal como se han realizado en la Unión Europea y en Centro América donde el turismo residencial ha ganado preponderancia y ha modificado la estructura de muchas economías locales. Las estimaciones presentadas y su cuantía toman trascendencia ya que la construcción y adquisición de viviendas se ha convertido en uno de los motores del crecimiento económico local, al captar inversiones de residentes y no residentes del Partido.

Además, para conocer en mayor profundidad la dinámica del turismo residencial tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda sería necesario poder captar en forma más precisa las viviendas con destino turístico, mediante dispositivos de relevamiento de datos como encuestas específicas a aplicarse durante el período estival a viviendas que inicialmente puedan identificarse o suponerse como segundas viviendas de acuerdo a los censos nacionales.

Por último, mostrar resultados económicos referidos a esta actividad además de su novedad, pone en juego uno de los desafíos más grandes e interesantes que tienen quienes trabajan en Cuentas Nacionales: develar las actividades económicas que permanecen ocultas. Todo esto responde a la convicción acerca de la importancia de que sean explicitados claramente los alcances de las estadísticas económicas generadas, conscientes del valor social que tiene la información. *“La información ayuda a los individuos a crear valor, pero aporta un valor social adicional”* (ANCE, 2009: 63).

Se agradece a Lucas Cereseto quien aportó en la transcripción de entrevistas y procesamiento de las encuestas realizadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Academia Nacional de Ciencias Económicas – ANCE (2009) “Sistemas estadísticos Aportes para una estrategia”. Documento del grupo de Trabajo en Información Económica y Social, Buenos Aires Disponible en: <http://www.anceargentina.org/documentos/1/SISTEMAS%20%20ESTADISTICOS%20-%20APORTES%20PARA%20UNA%20ESTRATEGIA.pdf>, Consulta 4 de octubre 2011

Atucha, A. J. & Labrunée, M. E. (2013) “Los trabajadores escondidos: método de inclusión de la ocupación faltante en las mediciones del Producto Bruto Geográfico de General Pueyrredón”. *Revista Trabajo y Sociedad* (22): 417-426

Atucha, A. J.; Lacaze, M. V.; Errazti, E.; Labrunée, M. E.; López, M. T. & Volpato, G. (2012) “La estructura productiva del Partido de General Pueyrredón”. *FACES* (38-39): 57-81

Barrantes-Reynolds, M. P. (2011) “The expansion of “real estate tourism” in coastal areas: Its behaviour and implications”. *Recreation and Society in Africa, Asia and Latin America* 2(1) Disponible en: <https://journal.lib.uoguelph.ca/index.php/rasaala/article/view/1549>. Consulta: 14 Agosto 2014

Barrantes Reynolds, M. P. (2013) “Costa Rica, sin ingredientes artificiales: el rol del Estado en la expansión del turismo residencial en las zonas costeras”. *Anuario de Estudios Centroamericanos* 39: 233-261. Disponible en: http://www.academia.edu/4464553/_Costa_Rica_sin_ingredientes_artificiales_el_rol_del_Estado_en_la_expansion_del_turismo_residencial_en_las_zonas_costeras. Consulta 6 mayo 2014

CCE, OCDE, UN & OMT (2001) “Cuenta satélite de turismo (CST). Recomendaciones sobre el marco conceptual”. Disponible en: http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80S.pdf. Consulta 9 de mayo 2014

CEPAL, ONU, FMI & OCDE (1993) "Sistema de Cuentas Nacionales 1993". Grupo Intersecretarial de Trabajo sobre Cuentas Nacionales

CIEM - Centro de Información Estratégica Municipal del Municipio de general Pueyrredon (2013) "Mar del Plata en Cifras" Disponible en: <http://www.mardelplata.gob.ar/documentos/estadisticas/mdp%20en%20cifras%202013.pdf>. Consulta: 9 de mayo 2014

CMyCP - Colegio de Martilleros y Corredores Públicos (2008) "Categorización de Unidades de Renta Temporal. Programa Soles, Monte Hermoso". Departamento Judicial, Mar del Plata

EMTur - Ente Municipal de Turismo (2013) "Estudios de Demanda Turística 2004-2012". Mar del Plata

INDEC (2001) "Censo Nacional de Población y Viviendas". Partido de General Pueyrredón

INDEC (2010) "Censo Nacional de Población y Viviendas". Partido de General Pueyrredón

INE - Instituto Nacional de Estadística (2004) "Cuenta Satélite del Turismo de España: Nota metodológica". Subdirección General de Cuentas Nacionales, Madrid. Disponible en: www.ine.es/metodologia/t35/metosateln.pdf. Consulta 9 dic. 2013

Lanari, M. E.; Alegre, P. & López, M. T. (1999) "Las vacantes laborales de verano y la oferta de mano de obra local. Trabajo estacional en Mar del Plata". Aportes y Transferencias: tiempo libre, turismo y recreación 2(3): 73-92

Luengo F. A. (2005) "Cuenta Satélite de la Vivienda, Metodología y Estimación Piloto 2005". Disponible en: <http://www.fomento.gob.es/NR/rdonlyres/1BDBDABB-CDC5-4350-ABF6-227735751539/99224/CSV.pdf>. Consulta 7 abril 2014

McWatters, M. R. (2008) "Residential Tourism: (De) Constructing Paradise (Tourism and Cultural Change)". Channel View Publications, Toronto

Mantero J. C.; Laffan, L. & Lefrou, D. (2011) "Turismo residenciado –Turismo serviciado. Implicancias y alcances en Mar del Plata". Encuentro Internacional de Turismo. Mar del Plata, 21-23 septiembre. Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/1503/1/01299.pdf>. Consulta 24 junio 2014

Manzo, D. N. (2011) "Alquileres de temporada y desarrollo de la actividad turística en Mar del Plata". Monografía de Graduación Lic. en Turismo, Universidad Nacional de Mar del Plata, Mar del Plata. Disponible en: http://nulan.mdp.edu.ar/1539/1/manzo_dn.pdf. Consulta: 20 de agosto 2013

Martinez F. J.; Pauls A. J. & Solsona Monzonis, J. (2003) "Las viviendas familiares y su uso turístico en la Comunidad Valenciana". Estudios Turísticos (155-156): 159-177 Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-155-156-2003-pag159-177-90154.pdf> . Consulta 4 de nov. 2013

Naciones Unidas - Organización Mundial del Turismo (2010) "Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008". Madrid

Nuñez, A. (2000) "Morfología Social de Mar del Plata (1874–1990)". Ediciones Grafikart, Resistencia

OCDE - Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2002) "Manual sobre la medición de la Economía No observada". Proyecto de Cooperación UE-CAN Estadísticas ANDESTAD. Disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/download/guidelines/defempl.pdf>. Consulta 10 de noviembre 2010

OMT (2001) "Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual (CST:RMC)". Publicación conjunta OMT-OCDE- EUROSTAT- Naciones Unidas

Ramón, A. & Taltavull, P. (2005) "Turismo y vivienda". Revista Economistas XXIII(103): 68-80. Disponible en: <http://europa.sim.ucm.es/compludoc/AA?articuloid=345778>. Consulta 18 de diciembre 2013

Salvà Tomàs, P. A. (2011) "El turismo residencial ¿una manifestación de nuevos turismos y nuevos comportamientos turísticos en el siglo XXI?" Cuadernos de Turismo (27): 823-836. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/398/39820898044.pdf>. Consulta 6 de junio 2014

Sastre Alberti, A. (1996) "El Cálculo del Gasto Turístico: Aplicación al caso de Baleares". Instituto de Estudios Turísticos del Ministerio de Estado de Comercio y Turismo, Gobierno de España. Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-131-1996-pag69-79-76829.pdf> Consulta 6 de junio 2014

SECTUR - UBA (2007) "Manual de implementación de la CSTA. Informe Final". Disponible en: http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/wp-content/uploads/2007/12/manual-cuenta-satelite-turismo-cap-1.pdf. Consulta 20 mayo 2014

Varela Merino, B.; López Lago, A. & Martínez-Serrano, A. (2003) "Primeras aproximaciones al estudio estadístico del alojamiento privado con fines turísticos desde una perspectiva de oferta". Estudios Turísticos (155-156): 87-109. Disponible en <http://www.iet.tourspain.es/es-es/documentacionturistica/revistaestudiosturisticos/buscador/paginas/default.aspx>. Consulta 21 de julio 2014

Varisco, C. (2005) "¿Qué es una Cuenta Satélite de Turismo?" FACES (23): 67-86

Wierny, M.; Atucha, A. J.; Errazti, E.; López, M. T.; Volpato, G.; Governatori, V.; Labruné, M. E. & Lacaze M. V. (2012 a) "Producto Bruto Geográfico del Partido de General Pueyrredón. Año base 2004. Metodología y Estimaciones". Unidad de Preinversión UNPRE del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación, BID y Municipio de Gral. Pueyrredón, Mar del Plata

Wierny M.; Atucha, A. J.; Errazti, E.; López, M. T.; Volpato, G.; Governatori, V.; Labruné, M. E. & Lacaze, M. V. (2012b) "Producto Bruto Geográfico del Partido de General Pueyrredón. Año Base 2004. Fuentes de información". Unidad de Preinversión UNPRE del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación, BID y Municipio de Gral. Pueyrredón, Mar del Plata

Recibido el 21 de marzo de 2014

Reenviado el 20 de agosto de 2014

Aceptado el 02 de septiembre de 2014

Arbitrado anónimamente

TURISMO, TRABAJO FEMENINO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES EN BAHÍAS DE HUATULCO, OAXACA - MÉXICO

Martha Marivel Mendoza Ontiveros*
Jazmín de Verano Chapulín Carrillo**
Univesidad Autónoma del Estado de México
Texcoco - México

Resumen: En la actualidad, cuando el turismo se ha consolidado en muchos territorios y la llegada de turistas es parte constitutiva de ellos, no es posible ignorar la capacidad estructurante del hecho turístico en las sociedades receptoras. Lo anterior remite a estudiar las dinámicas sociales y culturales promovidas por la llegada de turistas. La situación anteriormente planteada se exploró en Bahías de Huatulco Oaxaca, México. Este destino, concebido como un núcleo receptor de turismo de sol y playa dirigido hacia visitantes extranjeros enclavado en una zona habitada por comunidades tradicionales en las que los roles y el estatus de género, las relaciones entre géneros y la división de las tareas por sexo están marcadamente diferenciados, constituye una circunstancia conveniente para el análisis del hecho de que el contacto cultural, así como la probabilidad de acceder a un trabajo remunerado favorezca el empoderamiento de las mujeres a partir del modelo de Rowlands (1997). Gracias a la metodología cualitativa en la que se hicieron 21 entrevistas a profundidad a mujeres trabajadoras en el sector turístico, pudo concluirse que se ha dado mayor empoderamiento en las mujeres que son sus propias jefas a diferencia de las que son empleadas en empresas turísticas.

PALABRAS CLAVE: trabajo turístico, mujeres, empoderamiento, Bahías de Huatulco.

Abstract: Tourism, Female Work and Women's Empowerment at Bahías de Huatulco, Oaxaca. Nowadays, when tourism has been consolidated at many territories and the tourist arrivals are the constitutive part of them, we cannot dissociate the structuring capacity of the tourism fact at local communities. This refers to study the social and cultural dynamics promoted by the tourist arrivals. The situation was explored at Bahías de Huatulco Oaxaca, Mexico. This destination, device as a host core for sun and sand tourism and aimed to foreign tourists, located in an area inhabited by traditional communities, in which roles and gender status, the relationship between genders and the division of the labor by sex are clearly differenced, is a convenient circumstance to analyze the fact that the cultural contact and the probability of access into a paid work promotes the empowerment of women based in Rowland's model (1997) Because of qualitative methodology, in which 21 depth interviews were made with female workers in the tourism sector, it could be concluded that there is a greater empowerment for women who are their own bosses than women that are employees in tourism enterprises.

KEY WORDS: tourism work, women, empowerment, Bahías de Huatulco.

* Doctora en Ciencias Antropológicas. Profesora de Tiempo Completo del Centro Universitario UAEM Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México, Texcoco, México. E-mail: marivelmo@hotmail.com

** Licenciada en Turismo por la Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario UAEM, Texcoco, México. E-mail: jaz_vera89@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

Debido a sus características, el turismo se configura como una de las actividades dinamizadoras más importantes en los procesos de desarrollo, ya que promueve el crecimiento económico de forma directa, incrementando el ingreso doméstico e indirectamente estimulando el crecimiento de otros sectores. Esto lo ha convertido en el elemento clave para el progreso socio-económico de diversas regiones, consagrándolo como un sector de relevancia económica a nivel mundial, aspecto que trae consigo su continuo crecimiento así como su profunda diversificación (Ruiz, 2008).

González (2012) entiende al turismo como un producto de la sociedad que tiene que ajustarse a sus condiciones, ya que el espacio donde se desarrolla es uno de los escenarios donde se observa de forma clara, contundente y objetiva las transformaciones que induce en la sociedad. Tomando esto en cuenta, puede decirse que los roles y relaciones de género son un elemento importante del proceso de desarrollo turístico ya que tanto hombres como mujeres se involucran de forma distinta en los procesos y actividades turísticas debido a que juegan un papel diferente dentro de su propia cultura, en consecuencia los efectos sociales y culturales son percibidos y vividos de forma diferente (Kinnaird *et al.*, 1994).

El trabajo femenino ha sido una de las líneas de investigación más estudiadas a partir de distintas disciplinas sociales. En economía se ha hecho visible la importancia del trabajo doméstico históricamente devaluado, la difícil compatibilidad entre el trabajo remunerado y la familia, la desigualdad vivida en el espacio productivo y el impacto de las posibilidades de empoderamiento de las mujeres a partir de participar en el trabajo productivo (Díaz Carrión, 2012).

Así el estudio de los efector socioculturales del turismo desde un enfoque de género se convierte en un campo de investigación en el mundo anglosajón en la década de 1990. Garsson & Winter (1992) y Evans & Ilbery (1992), citados por Díaz Carrión (2012), comienzan a dar cuenta de la diversidad de efectos en la vida cotidiana de las mujeres inglesas. En castellano, en la misma década García Ramón *et al.* (1995), Diéguez Castellón *et al.* (2011) y Sparrer (2003) conciben al turismo como un elemento que se inserta en una estructura de poder y, por tanto, presta mayor atención a la desigualdad de género. De esta forma, se denuncia que en un entorno turístico también se encuentra una situación de desventaja para las mujeres con relación a los hombres que se materializa en su marginación, falta de acceso a los recursos, a la educación, así como su vulnerabilidad ante la pobreza y la violencia.

En México, las investigaciones empiezan a principios de la década pasada (Martínez, 2003; Soares *et al.* 2005; Lara Aldave & Vizcarra Bordi, 2008; Díaz Carrión, 2012 y 2013), ofrecen evidencia empírica que revela que los empleos que las mujeres encuentran en el sector turístico constituyen una extensión de las labores domésticas (lavar, limpiar, cocinar, servir), sólo que ahora obtienen un salario por ello. Asimismo, se ha acreditado que existe desigualdad en materia de salarios, falta de

acceso a capital y tecnología, discriminación ocupacional debido a la maternidad y lactancia. Por otra parte, algunos estudios tanto de los académicos anglosajones como iberoamericanos son más optimistas al postular que el trabajo en el sector turístico puede conducir a cambiar la situación y la condición de la mujer, a ganar independencia e incluso a habilitarla para el poder o empoderarla, entendido esto como la capacidad de decidir sobre su propia vida, a la afirmación y satisfacción de sus necesidades y a la consecución de sus objetivos (Iakovidou, 2002; Sparrer, 2003; Treminio Sánchez, 2005; Vandegrift, 2008). Cones (1995) sostiene por ejemplo que las oportunidades de trabajo femenino en el ámbito turístico han permitido a las mujeres adoptar formas de pensamiento similares a las de las turistas y con ello rechazar normas tradicionales de su comunidad que las pone en desventaja social y económica respecto a los hombres de su comunidad.

Ante este panorama cabe preguntarse si el contacto cultural ocurrido con ocasión del turismo, así como las oportunidades de empleo que éste proporciona a las mujeres, ha modificado su autopercepción, es decir, la manera en cómo se piensan y se definen a sí mismas. En este sentido, el objetivo de este trabajo de investigación fue conocer si existe una relación entre empleo femenino en el sector turístico y empoderamiento de las mujeres.

Estudiar al turismo con un enfoque de género implica analizar los procesos de empoderamiento para evaluar avances o retrocesos en el acceso a las oportunidades de desarrollo y participación que tienen como fin último, reducir la brecha entre géneros, es decir, conocer si el trabajo turístico permite pasar de un contexto de subordinación a otro de autonomía para las mujeres. Una mujer empoderada es capaz de participar activamente en espacios de los que antes era excluida.

TURISMO Y PERSPECTIVA DE GÉNERO

De acuerdo con Lamas (2006) las diferencias sexuales entre hombres y mujeres han implicado una desigualdad social de forma histórica ya que el género asignado a cada uno ha dado a ambos sexos atributos considerados como naturales que no son más que características social y culturalmente construidas y que no se relacionan con las características biológicas de ambos. En este sentido, INSTRAW (2006) se refieren al género como los diferentes roles, actitudes, comportamientos, valores, poder relativo e influencia que la sociedad asigna a ambos sexos de forma diferenciada. Desde esta óptica, puede verse al género como un instrumento de análisis de las condiciones de las mujeres en los procesos sociales y, por lo tanto, en los procesos de desarrollo (De la Cruz, 1998).

Luego puede hablarse de enfoque de género, también conocido como perspectiva de género, que señala la importancia y la existencia del poder en las relaciones sociales (género, etnia, clase y generación). El análisis de género está constituido por las divisiones de los derechos y las responsabilidades entre géneros, así como por los ingresos, conocimientos y la capacidad de tomar decisiones, además de los sistemas ideológicos de género que refuerzan una división jerárquica de la

posición que ocupan hombres y mujeres en sociedades específicas. De esta forma, el objetivo de aplicar dicho enfoque en el turismo es develar la caracterización de los diversos mecanismos y roles sociales tradicionalmente asignados que sostienen las inequidades y, al mismo tiempo, limitan el acceso de las mujeres a los espacios sociales tangibles e intangibles (Martínez, 2000; Lagarde, 1996). Debido a esto, se toma en cuenta las condiciones diferentes de las que parten mujeres y hombres (INMUJERES, 2010).

Molyneux (1985 citado en León, 1997 y Universitas, 2006) plantea que los intereses de las mujeres pueden clasificarse en prácticos, los que surgen como resultado de carencias materiales; y estratégicos, aquellos que buscan un cambio en la subordinación de la mujer, al mismo tiempo que permiten colocar a las mujeres en una mejor posición con respecto a los hombres. Young (2006) por su parte, entiende estos intereses como la condición y posición de la mujer, donde la primera se refiere a aspectos materiales y prácticos para un óptimo nivel de vida; en cambio, la posición se refiere al reconocimiento social y económico, así como el estatus de la mujer con respecto al hombre. En este sentido, la autora habla de necesidades prácticas e intereses estratégicos como potencial transformador para modificar las relaciones de género y las estructuras de subordinación, ya que es necesario distinguir entre los deseos o limitaciones cotidianas y la imaginación consciente de los requerimientos colectivos, que generalmente implican algún grado de cambio en el orden existente de las cosas.

TRABAJO TURÍSTICO Y MUJERES

Hernández (2006) expone que las mujeres juegan un papel activo, aunque no siempre reconocido en el ámbito económico. Lo anterior se deriva de la concepción genérica del trabajo, basada en que las mujeres se dedican exclusivamente a actividades de la esfera privada (doméstica), escasamente valorada. Por otra parte, se añade que en México predomina un sistema económico caracterizado por la división sexual de trabajo, en el que la mayor parte del género femenino accede al mercado laboral, básicamente de dos formas: cubriendo puestos precarios y poco calificados; e insertándose en las denominadas “profesiones femeninas”, que no son más que la prolongación del trabajo doméstico y de los roles tradicionales, muy habituales en el sector servicios (Ferguson, 2010).

Ferguson (2010) develó que el empleo femenino en el sector turístico se ha caracterizado por la flexibilidad de condiciones de trabajo, rotación del personal, la prevalencia de trabajadores eventuales, aspecto que justifica de algún modo la amplia reserva de trabajo para mujeres y jóvenes durante temporadas altas. Por consiguiente, se ve al turismo como la actividad económica que permite integrar a las mujeres en actividades productivas de los procesos de desarrollo. Aunado a esto se encuentra el hecho de que las características del trabajo en el sector turístico permiten que las mujeres puedan combinar un trabajo remunerado con la vida familiar (Alonso & Rodríguez, 2011).

Tomando en cuenta lo anterior puede decirse que en el sector turístico existe una importante brecha entre géneros en el mercado laboral ya que generalmente las mujeres y los hombres se colocan en ocupaciones diferentes. En este sentido, los niveles y ocupaciones inferiores con pocas oportunidades de desarrollo profesional están dominados por las mujeres y las posiciones gerenciales clave siguen estando ocupadas por los hombres (SECTUR & CM, 2011; OIT, 2004; Alonso & Rodríguez, 2011).

Considerando estos aspectos, la ONU Mujeres hace relevante para el turismo la presentación de los *Principios para el Empoderamiento de las Mujeres* (PEM) que, son un conjunto de medidas voluntarias que ayudan a las empresas a promover la equidad de oportunidades entre hombres y mujeres en el lugar de trabajo, así como en toda la cadena de producción (SECTUR, 2011b; OMT, 2011)

Bajo este marco, la OMT está incorporando el componente de género en cada uno de los proyectos y está dando una atención prioritaria a proyectos que favorecen el empoderamiento de las mujeres y su participación equitativa en las actividades turísticas. A nivel nacional, la Secretaría de Turismo (SECTUR), en conjunto con sus organismos sectorizados se ha comprometido a provocar los cambios necesarios para alcanzar la equidad entre mujeres y hombres por medio de talleres que posibilitan el empoderamiento con enfoque de equidad de género de las mujeres que operan MIPYMES turísticas (SECTUR, 2011a y 2010). Lo anterior debido a que Stefanović & Dimitrijević (2007, citados en SECTUR & CM, 2011) sostienen que el turismo y la gestión del sector representan un reto especial para las mujeres. Bajo esta óptica puede verse el lento pero constante incremento de mujeres profesionales dentro de las empresas turísticas. Sin embargo, cabe mencionar que la naturaleza de las opciones profesionales de las mujeres continúa impidiendo el ascenso dentro de las jerarquías de las organizaciones ya que se ha considerado que las responsabilidades familiares de las mujeres y el trabajo remunerado son incompatibles (OIT, 2004). Es decir, que la condición de las mujeres continúa limitada bajo ciertos parámetros. Lo anterior refleja el fenómeno denominado *techo de cristal*, una barrera sutil e invisible que impide a las mujeres llegar a ascender en su carrera laboral (Belausteguigoitia & Belausteguigoitia, s/a; Guil, 2008; Alonso & Rodríguez, 2011; Toledo, 2007; Bustos, 2002).

Finalmente puede señalarse, con apoyo de los trabajos revisados, que el turismo ha tenido un impacto radical en las relaciones de género, de igual modo ha demostrado su potencial para crear empleos y fomentar actividades generadoras de ingresos para beneficio de las comunidades locales en diversos destinos. No obstante, los patrones de trabajo turístico en las comunidades muestran inequidades en términos de género. Sin embargo, también provee varios puntos de entrada para el empleo y oportunidades para las mujeres al crear el auto-empleo en actividades generadoras de ingresos de dimensiones pequeñas y medianas, para crear caminos que conduzcan a la eliminación de la pobreza de las mujeres y las comunidades locales en países en desarrollo. Este hecho ha permitido que esos trabajos resulten en cierta medida benéficos para dar pauta al proceso de

empoderamiento de las trabajadoras ya que logran mejoras personales gracias a su independencia económica, además de que tienen el potencial de fomentar que las mujeres actúen por sí mismas, para sí mismas, al mismo tiempo que demanden un trato más justo en sus lugares de trabajo, en el hogar y en la sociedad (Ferguson, 2010; UNED, s/a), en muchas ocasiones cambios que se generan gracias al contacto con otras personas con diferentes formas de pensar y de ser, el otro cultural. En este sentido, no se trata únicamente de reducir la brecha de género, sino de un cambio de percepción para potenciar el rol y condición de la mujer (Alonso & Rodríguez, 2011).

PODER Y EMPODERAMIENTO DE LA MUJER: ¿PROCESOS, CAMBIOS O RESULTADOS?

El término empoderamiento se ha convertido en el tema central dentro del discurso y práctica del desarrollo, esto ha generado que dicho término adquiera diversos significados según el contexto sociocultural y político. No obstante, la mayoría de los términos centran sus definiciones sobre el poder y la capacidad de tomar decisiones para mejorar el nivel de vida, debido a esto, es necesario entender al poder, así como las diferentes concepciones que se tienen del mismo (FRIDE, 2006).

Frecuentemente, las definiciones de poder se centran en la capacidad de una persona o grupo de ellas para lograr que otro haga algo en contra de su voluntad. A esta concepción tradicional del poder se le ha denominado *poder sobre* y representa un juego de suma cero, ya que el incremento de poder de uno representa la pérdida de poder de otro. Dicho enfoque implica una dinámica de opresión que caracteriza la toma de decisión y forma de ejercer influencia sobre otros (FRIDE, 2006; FUSDA, 2008; León, 1997)

Sin embargo, el poder visto como núcleo de toda práctica política y social, necesita superar la idea del poder *suma cero* y dar paso a una noción más amplia, integral, dinámica y constructiva; en otras palabras, considerar al poder más que como una posesión, como una construcción que se genera en las relaciones sociales (FUSDA, 2008). De esta forma, surge la visión de poder como un proceso, siendo esta noción la que se ha puesto en práctica para la construcción del término empoderamiento. En este sentido, se entiende que el poder ha pasado de ser una facultad exclusiva o atributo de algunos privilegiados (*poder sobre*), a ser una facultad compartida o ejercicio tanto de personas como de grupos que habían sido marginados en el proceso de toma de decisiones (*poder para*) (Foucault, 1970).

Es así, que para el desarrollo social y comunitario, el empoderamiento pretende incrementar la capacidad individual y colectiva de las personas para ser sujetos autónomos y autosuficientes. Es decir, que surge también como una propuesta para una interpretación integral del poder cuyos mecanismos se han aplicado principalmente a grupos sociales vulnerables como la población pobre y las mujeres (FUSDA, 2008). De este modo, el empoderamiento en la práctica ha demostrado que además de ser una estrategia es un fin en sí mismo. En este sentido, Deere & León (2001) explican que el empoderamiento será o se vivirá diferente en cada individuo o grupo, ya que depende del

contexto histórico y nivel de subordinación que se viva con respecto a los niveles de organización social.

Jo Rowlands (1997) por su parte, expone otra forma de entender el poder, explicando que el empoderamiento no sólo debe abrir el acceso a la toma de decisiones, sino que también debe incluir los procesos que logran que las personas puedan verse a sí mismas con la capacidad y derecho de estar o ser parte del espacio decisorio.

MODELO DE EMPODERAMIENTO ROWLANDS, DIMENSIÓN PERSONAL

Rowlands (1997) desarrolla el modelo de empoderamiento a partir de la experiencia obtenida con dos organizaciones de mujeres en Honduras. Esta autora identifica tres dimensiones de empoderamiento:

- a) Personal. El empoderamiento desarrolla el sentido del yo, la autoconfianza, la capacidad individual y deshace los efectos de la opresión interiorizada.
- b) Relaciones próximas. Se desarrolla la capacidad de negociar e influir en la naturaleza de la relación, así como la toma de decisiones en ella.
- c) Colectiva. El trabajo de los individuos en conjunto para lograr un impacto más amplio del que podían lograr por separado.

Dichas dimensiones se basan en tres tipos de poder que superan al poder sobre o poder de suma cero y que al mismo tiempo sirven para comprender los alcances del empoderamiento:

- *Poder para*. Entendido como la capacidad para generar nuevas posibilidades y acciones sin dominar
- *Poder con*. Es el poder colectivo
- *Poder desde dentro*. Alude al poder interior de las personas, es decir, al poder espiritual.

En cada dimensión se dan cambios que influyen directa o indirectamente en las otras dimensiones, sin embargo, que se dé el empoderamiento en alguna de éstas no garantiza que se dé en las otras. Por tal razón dichos cambios serán diferentes para cada mujer debido a que existe para cada dimensión un aspecto importante que debe tomarse en cuenta: la experiencia personal, la experiencia del grupo en lo colectivo y la experiencia de relaciones que hayan tenido las mujeres. Para efectos de la presente investigación se analizó sólo la dimensión personal del proceso de empoderamiento, donde el factor que se toma en cuenta es la experiencia personal.

Cada dimensión se compone de tres elementos: el núcleo, entendido como la transformación del individuo y, que puede abrir la puerta al empoderamiento; las circunstancias en las que se da dicho proceso, entendidas como los factores inhibidores e impulsores; y los cambios, reflejo de las

transformaciones que se dan en el núcleo. En la dimensión personal, específicamente, los factores que conforman el núcleo de la dimensión personal son la confianza, autoestima, el sentido para generar cambios, la dignidad y el sentido de “ser” en un amplio contexto, y donde el empoderamiento se manifiesta en cambios tales como el incremento de las habilidades para formular ideas, expresarse, participar, influir en nuevos espacios, aprender, analizar, obtener y controlar recursos e interactuar fuera del hogar, así como el incremento en el sentimiento de que las cosas son posibles (Hidalgo 2002).

En contraste, Ferguson (2010) menciona que la autonomía e independencia económica a través del trabajo no incide de manera significativa en las relaciones de poder dentro del núcleo familiar, razón por la cual se analiza el rol de las mujeres en el trabajo, específicamente del sector turístico.

CENTROS INTEGRALMENTE PLANEADOS: EL CASO DE BAHÍAS DE HUATULCO

El CIP se localiza en la región costa del estado de Oaxaca, en el Municipio de Santa María Huatulco, para el cual el turismo se ha vuelto una actividad relevante. Además forma parte de la segunda zona turística más importante ya que se localiza dentro de un corredor turístico que une las playas y sitios de interés de Puerto Escondido, Ventanilla, Mazunte, Zipolite, Puerto Ángel y las Bahías de Huatulco (Gómez, 2006).

La construcción de Huatulco se inició en 1984 con la expropiación de alrededor de 21,000 has. para destinarlas al desarrollo del CIP y siguiendo un Plan Maestro determinado. No obstante, para esta fecha y durante la última década FONATUR había adquirido experiencia gestionando desarrollos turísticos a gran escala, aspecto que buscaba la prevención de posibles efectos negativos que ya se habían experimentado anteriormente en otros desarrollos turísticos (Gullette, 2007).

El complejo turístico abarca nueve bahías (Conejos, Tangolunda, Chahué, Santa Cruz, Maguey, El Órgano, Cacaluta, Chachacual, y San Agustín) y en conjunto suman 36 playas, cinco de las nueve bahías (Bahía Maguey, Santa Cruz, Chahué, Tangolunda, Conejos) (Gómez, 2006).

Actualmente el Municipio de Santa María que alberga al CIP Bahías de Huatulco cuenta con una población total de 38,629 habitantes, de los cuales 18,726 (48,47%) son hombres y 19,903 son mujeres (51,52%) (INEGI, 2011; SEDESOL, 2012). De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2010, 16,144 habitantes (41,79% de la población total del municipio) son considerados como Población Económicamente Activa (PEA) el 63,67% (10,279 del total de la PEA del municipio) son hombres y 36,33 % (5,865) corresponden al género femenino (INEGI, 2011).

Por su parte, la PEA municipal ocupada, se encuentra distribuida por sector de actividad económica, concentrándose 13.52 % (2,132 hab.) en el sector primario (Oaxaca, 2011). En cuanto al sector secundario se refiere, está representado por el 13.96% (2,301 hab.) de la población; y el

71.65% (11,299) en el sector terciario, en servicios inmobiliarios, comercio, transportes y comunicaciones, servicios de esparcimiento y cultura, de restaurantes y hoteles, así como en servicios educativos, principalmente (Oaxaca, 2011).

El sector terciario caracteriza a la economía de Santa María Huatulco con la aparición del turismo, el municipio recibió un impulso considerable al mismo tiempo que se convirtió en un importante proveedor de empleos y generador de ingresos (SEMARNAT, 2003 citado en García & Sánchez, 2011) lo que ha generado la migración de personas de los municipios cercanos, principalmente, que buscan mejores condiciones de vida.

A partir de su designación como Centro Integralmente Planeado, en 1984, y Centro Turístico Seleccionado en 2001, Huatulco ha tenido flujos de inversión importantes, mismos que han convertido al municipio en uno de los más importantes del estado de Oaxaca que presenta una relación ventajosa en cuanto a la existencia de recursos naturales y disponibilidad de infraestructura para la actividad turística. En consecuencia el turismo se convirtió en el eje de la economía municipal generando así infraestructura adecuada para su promoción.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo del Estado de Oaxaca se pretende que para el 2016 Oaxaca sea reconocido a nivel nacional e internacional por sus avances en la defensa y el respeto a los derechos humanos, la equidad entre mujeres y hombres. Lo anterior ha propiciado la participación de las mujeres en la vida empresarial principalmente en aspectos sociales entre los que destacan los giros de confección, artesanías, servicios de hospedaje y restaurantes, entre otros. De este modo, se busca la apertura de oportunidades que permitan su desarrollo hacia el futuro.

En este sentido y, de acuerdo con el INEGI (2011), en 2007 la tasa de participación económica femenina en la entidad era de 42.5%, ligeramente mayor al promedio nacional (41.4%). Por su parte, la tasa de desempleo es similar para las mujeres (1.8%) y los hombres (1.5%). Sin embargo, las mujeres siguen realizando la mayor parte del trabajo no remunerado, tanto para el mercado, como el que comprende las actividades domésticas. De esta forma, puede verse que el crecimiento de sectores y actividades económicas como las manufacturas ligeras, el turismo, el comercio y los servicios ha propiciado la participación de las mujeres en la vida empresarial de Huatulco (Oaxaca, 2011).

Además de los negocios individuales y familiares, las empresas sociales resultan ser otra alternativa para las mujeres, entre las que destacan los giros de confección, artesanías, servicios de hospedaje y restaurantes, entre otros. Por otro lado, gran parte de las mujeres se desempeñan en la economía informal del municipio, tomando en cuenta la venta de collares y artesanías en locales, plazas públicas y playas, tejido de trenzas en la playa y venta de excursiones, principalmente.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Baylina (1997) expone que la mayoría de investigadoras feministas han criticado los métodos convencionales (cuantitativos), ya que inhiben la investigación sobre las mujeres. Algunas razones de esta detracción han sido la ausencia de estadísticas que distingan a las mujeres de su familia; que solamente se registre el trabajo asalariado y no se tenga en cuenta el trabajo no remunerado; no poner en cuestión la unidad familiar y la definición del hombre como cabeza de familia; principalmente. Es decir, no examinan en absoluto las relaciones de poder internas dentro de la unidad familiar.

En contraste, Rivas (2006) menciona que la investigación cualitativa enfatiza la importancia del contexto, la función y el significado de los actos humanos, estima la importancia de la realidad, tal y como es vivida por las personas, sus ideas, sentimientos y motivaciones; intenta identificar, analizar, interpretar y comprender la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones.

Por otra parte, Mucchielli (1991 citado en Baylina, 1997) indica que la validación de los métodos cualitativos puede llevarse a cabo a partir de algunos criterios establecidos como son la aceptación interna, la saturación, la coherencia interna y la confirmación externa. Cubriendo dichos requisitos puede lograrse la fiabilidad de la investigación, cualidad atribuible a la metodología cualitativa, al contrario de la fidelidad, que es difícilmente posible en este tipo de investigación, ya que los procesos sociales así como las condiciones de los fenómenos son dinámicos y por tanto cambiantes. En este sentido, la representatividad se vuelve uno de principales argumentos en relación con la cientificidad de la investigación, ya que se adquiere un significado distinto en la metodología cualitativa. Es decir que la representatividad del muestreo se logra con la saturación interna.

Rodríguez *et al.* (1996) por su parte, explican que el método es la forma característica de investigar y se determina por la intención sustantiva y el enfoque que la orienta. A partir de esto, las técnicas utilizadas para reunir la evidencia son distintas, entre estas puede encontrarse, la entrevista a profundidad, la observación participante, el análisis de documentos entre otros que generen datos de naturaleza descriptiva, propios de la metodología cualitativa o fenomenológica.

La presente fue una investigación cualitativa en la que utilizó la perspectiva de género, con el fin de analizar la realidad tomando en cuenta la existencia de identidades y roles diferentes para hombres y mujeres en un contexto socioeconómico y cultural específico. Dado lo anterior se describe la utilización de técnicas e instrumentos cualitativos ya que uno de los rasgos que identifica el proceso de recolección de datos en la investigación cualitativa es su flexibilidad, es decir, que el plan de recolección de información se va completando y precisando en la misma medida que avanza el contacto con las personas y situaciones fuentes de datos. De esta forma, la mayor parte del trabajo

de campo supone el ejercicio de observación y entrevistas, ya que permite al investigador ampliar la visión y conocimiento sobre el fenómeno social que es objeto de estudio (Babbie, 2000).

De esta forma, se emplearon los indicadores del modelo de empoderamiento propuesto por Rowlands (1997), ya que permite identificar los factores impulsores, inhibidores, así como los cambios que intervienen en el proceso de empoderamiento en su dimensión personal de las mujeres que laboran en el sector turístico del CIP Bahías de Huatulco. Bajo este contexto y para el logro del objetivo de investigación, se emplearon entrevistas semiestructuradas, cuyo guión se diseñó sobre los factores y subfactores de la dimensión personal del proceso de empoderamiento.

Las entrevistas fueron realizadas a mujeres que trabajan directamente en el sector turístico del Centro Integralmente Planeado Bahías de Huatulco, sin importar que pertenecieran a la economía formal o informal. Dado el perfil que se requirió para la selección de informantes, estas fueron seleccionadas por conveniencia, es decir, no se siguió una selección aleatoria ya que se buscaba explorar a profundidad las percepciones, el sentir y cambios que las mujeres habían experimentado a partir de su incorporación al mercado laboral, específicamente el relacionado con la actividad turística. El trabajo de campo se realizó en dos etapas, la primera en noviembre de 2012 y la segunda junio-julio de 2013, en las que se realizaron un total de 21 entrevistas. Al mismo tiempo se tuvieron conversaciones informales con algunas vendedoras de artesanías y camaristas, a través de las cuales pudo obtenerse información valiosa que ayudó a complementar los datos, así como a lograr contacto con otras informantes.

Por otra parte, y con la finalidad de complementar los resultados de la presente investigación, se realizaron tres entrevistas que brindaron información adicional sobre datos, estadísticas y cursos que surgieron a lo largo de la investigación. Dichas entrevistas se realizaron con los siguientes informantes clave:

1. Empleada en el IMSS (encargada Salud Pública y programa de PrevenIMSS en empresas)
2. Encargados de la regiduría de Equidad de Género del municipio Santa María Huatulco
3. Profesor del Centro de Capacitación para el Trabajo Industrial (CECATI) 148, La Crucecita, Huatulco.

Con el fin de obtener información y opiniones variadas se entrevistaron mujeres de diferentes edades, en este sentido, las informantes oscilaron entre los 18 y 55 años de edad. Por otra parte, 38 % fueron solteras, 47,6% casadas, 9,5% divorciadas y sólo 4,7 % viudas. Esto permitió que la muestra abarcara voces de diferentes mujeres por edad y estado civil. Además, 66,6 % de las entrevistadas son empleadas ya sea de comercios informales o empresas establecidas, por el contrario, 33,3% fueron dueñas de los establecimiento o sus propias jefas como en el caso de las comerciantes de artesanías o agentes de viajes locales. El hecho de que las mujeres sean

empleadas de alguna empresa/comercio o que sean las dueñas o sus propias jefas es un aspecto importante ya que influye en el nivel de empoderamiento de las mujeres como se verá más adelante

Los resultados se agruparon por factores impulsores, inhibidores y los cambios que reflejan las transformaciones a nivel personal.

RESULTADOS

Factores impulsores

Dadas las respuestas de las informantes, puede deducirse que el turismo ejerce mayor efecto en las relaciones sociales, ya que a través de las entrevistas las mujeres hicieron énfasis en que el turismo permite conocer nuevas personas, formas de pensar, aspecto que lleva al análisis y comparación de situaciones similares y diferentes que se viven en la comunidad, peculiaridad que hace diferente al fenómeno de otras actividades laborales en las que se tiene contacto con las personas habituales y del mismo contexto, por ejemplo trabajadoras del campo o en fábricas. Es decir, el contacto con personas diversas y diferentes favorece la reflexión sobre su situación y condición como mujeres.

Me aburriría estar tanto tiempo en mi casa, necesito hacer algo y aquí viniendo a trabajar pues me entretengo, conozco más gente, platico con los clientes y pues eso te mantiene activa (Laura, 46)

A mí no me gusta andar en mi casa, yo soy de calle, a mí me gusta andar en la calle y mi trabajo con el turismo me lo permite más que ningún otro trabajo. Aparte yo siempre he trabajado desde que era chica, en hoteles y en turismo y prefiero andar trabajando que estar haciendo quehaceres de la casa (Amalia, 51)

Aquí pues haces más amigas y pues podemos platicar de muchas cosas, no como en el campo que casi siempre iba con mi familia, pero no es lo mismo platicar con ellos que con una amiga (Lupita, 23)

Analizando las respuestas, destaca la facilidad de conocer lugares nuevos por medio de conversaciones establecidas con los turistas, aspecto de gran interés para las y los habitantes que por motivos económicos o laborales no pueden viajar. Por otra parte, puede notarse que entre dichas habilidades se encuentra el análisis de situaciones, puesto que se comparan actitudes y comportamientos de los turistas con los de los habitantes locales, emitiendo juicios sobre lo que consideran correcto o no. Además, puede decirse que gran parte de las habilidades desarrolladas están en función de la satisfacción de necesidades de los turistas.

El turismo te ayuda a conocer mucha gente, hacer contactos, también a hacer amistades, pero fíjate que a mí no me gusta andar en el chisme, prefiero platicar con el turismo, conocer de otros lugares, porque aparte ellos traen otra forma de pensar, no tan tradicional como la que a veces tiene acá. Porque además, es más satisfactorio que ser empleada, con un patrón, pues nunca te agradece nada, todo es tu obligación porque por eso te estoy pagando y aquí el turismo cuando se le da un buen trato pues se le agradece y pues a partir de eso empiezas a ganar más amistades, más libertad, bueno al menos yo más libertad porque pues cuando está uno sujeto a la casa no hay libertad y aquí pues sí (Claudia, 54)

Claro que el turismo te ayuda a aprender y mucho, porque pues te relacionas y conoces a mucha gente, porque pues yo siempre he trabajado de recepcionista, pero aquí, con el turista, es muy diferente, porque traen nuevas formas de pensar y de ver las cosas (Marcela, 55)

Cabe resaltar que además de las habilidades que el turismo ofrece o permite desarrollar a las mujeres, también hay un inhibidor por ser una extensión del trabajo doméstico, aspecto que perpetúa su rol tradicional en la esfera reproductiva.

Pues si se aprenden cosas, pero como pues aquí me dedico a hacer limpieza y tender camas pues no es mucho que digamos, tal vez aprendes de todos esos detallitos que se hacen para agradar al turista, pero de ahí en fuera pues no mucho (Pamela, 26)

Factores inhibidores

Una vez analizadas las respuestas de las informantes, puede decirse que las mujeres identifican algunos de los aspectos que las limitan en la toma de decisiones, al mismo tiempo que perciben una disminución de los mismos.

Yo pienso que en el trabajo, la situación entre hombres y mujeres ya es igual, porque no hay ninguna desventaja, al contrario a veces hasta encuentra más rápido trabajo una mujer que un hombre, e incluso porque a veces una hasta gana mejor que ellos (Laura, 46)

Al principio, los tratos eran con los hombres (aunque ellos fueran empleados o choferes, pero hombres), a mi chofer le decían, tú tráemelos y yo te lo voy a recibir en tanto, y se los recibían más barato. Y de alguna manera uno se va dando cuenta, en mi caso, yo me fui dando cuenta y cambiaba y les decía es que no me gusta que a él se los estén recibiendo barato y a mí más caro (Claudia, 54)

Hoy en día ya no son los hombres los que mandan, ya todos tenemos las mismas oportunidades tanto en casa como en el trabajo (Magda, 35)

Además, la administración de su tiempo es un factor que influye en gran medida en el empoderamiento, pues dependen saber combinar las actividades derivadas del trabajo doméstico y del asalariado, ya que situación define la forma de cómo se distribuye el tiempo, no por elección sino por obligación.

Pues me tengo que apurar en las mañanas para dejar hecha la comida para mis hijos porque están chiquillos, en la primaria y secundaria y ya en la tarde me vengo a vender y a veces me quedo un día en mi casa para hacer lo que no me da tiempo en la semana (Carmen, 53)

Trato de siempre organizarme para poder realizar las cosas de mi casa, este negocio y de ir a dar mis vueltas al negocio que tengo el mercado (Graciela, 50)

Cambios en la dimensión personal

De acuerdo con los factores observados anteriormente, la incursión de las mujeres con empleos formales e informales dentro del sector turístico ha logrado hacer cambios importantes, en menor o mayor grado dentro de su vida personal, aspecto que indica un proceso de empoderamiento. Bajo este contexto, se percibe un incremento en la valoración como persona y hacia su trabajo.

Cada vez que atiendes a alguien y te dice te felicito o es admirable lo que haces o estas joven y tienes este negocio o sea, todos esos halagos que te dicen son bonitos porque es día con día, porque trabajas y la gente te dice felicidades, porque eres buena en esto, esas cosas, son los reconocimientos que tienes, pero de las personas que atiendes y vienen y se van satisfechas (Natalia, 32)

Una mujer es lo máximo, hacemos lo que nos proponemos y lo más importante, nunca descuidamos lo primordial que son nuestros hijos y familia (Rocío, 42)

Al menos aquí en Huatulco y por lo que he visto y vivido tanto hombres como mujeres tenemos las mismas oportunidades de trabajar en lo que queramos, digamos que es parejo el asunto, no sé si sea el turismo o qué, pero es como si aquí fuera otra vida, diferente a la de los pueblos, como que las mujeres tienen los ojos más abiertos (Gema, 33)

Ambos podemos realizar cualquier tipo de trabajo, por ejemplo aquí en el hotel tanto hombres como mujeres ocupan todo tipo de puesto, por ejemplo, hemos tenido de contador a hombres y mujeres, en los pasillos haciendo limpieza vez tanto a hombres como a mujeres, igual en cocina y de meseros (Tania, 18)

Generalmente cuando eres una mujer trabajadora, te vuelves una mujer independiente, ya no eres de pedir permiso porque te vuelves autónoma, haces tus cosas por ti misma, y por el contrario,

cuando no trabajas pues quieres y te tiene que atener a lo que el marido tenga, lo que te dé y pues prácticamente lo que él decida y si es bien diferente (Eunice, 28)

De esta forma puede decirse que salir de casa y relacionarse con otras personas es una de las habilidades que cobran mayor importancia ya que permite a las mujeres autoafirmarse como seres capaces y productivos en diferentes aspectos de la vida. Bajo este contexto, y de acuerdo con las respuestas de las entrevistadas, el turismo ha permitido a ellas la convivencia, el intercambio de experiencias al mismo tiempo que les ha facilitado las herramientas para la interacción fuera de la esfera doméstica.

CONCLUSIONES

En consecuencia puede decirse que el desarrollo de la actividad turística permite la generación y diversificación de empleos, aunque estos, en su mayoría extienden las actividades domésticas al ámbito productivo, facilitan la incorporación de las mujeres al mercado laboral. Lo anterior no sólo admite que las mujeres tengan ingresos económicos propios, sino que además, favorece el desarrollo o mejora de habilidades, el establecimiento de nuevas amistades o relaciones sociales y su participación como miembro familiar proveedor y no sólo reproductor de la familia, incrementando así su nivel de seguridad y confianza para la toma de decisiones, dentro y fuera de casa.

El reconocimiento de sus fortalezas y ventajas comparativas las vuelve independientes en pensamiento y en acción, y con ello re-valoran su condición de mujer y le atribuyen un significado diferente. Como resultado modifican su situación en la familia, con sus parejas, padres, hermanos y jefes en el trabajo, factores que son detonantes para iniciar el proceso de empoderamiento en su dimensión personal.

Por otra parte, es importante resaltar que el nivel de empoderamiento entre mujeres empleadas y empresarias o que son sus propias jefas, es diferente. En el caso de las empleadas, las responsabilidades son menores y su toma de decisiones se ve limitada por el lugar que ocupa en el organigrama de la empresa, a lo anterior se suma el hecho de que están sometidas a horarios establecidos, e incluso extralaborales, lo que les impide el control total sobre su tiempo y distribución del mismo; por el contrario, en las mujeres empresarias o que se autoemplean, como las vendedoras de artesanías, de excursiones o las que hacen trencitas a la orilla de la playa, el nivel de responsabilidad y la toma de decisiones es mayor, ya que no dependen, ni están sujetas a alguna subordinación. El éxito o fracaso de su negocio depende de su habilidad y de su capacidad para tomar las mejores decisiones. Así mismo, el turismo exige que las mujeres desarrollen la habilidad para platicar, convencer e interactuar con la gente, muchas de ellas manifestaron que dejaron atrás su timidez gracias a su trabajo, esta situación las hace percibirse como mejores que los hombres en ese sentido.

Además, las mujeres analizan su situación actual y la comparan con la de otras personas en diferentes contextos y épocas, en este caso los y las turistas o mujeres que habitan en espacios no turísticos, en consecuencia, buscan mejorar su situación y condición, al mismo tiempo que tratan de disminuir los aspectos que limitan o detienen su desarrollo y crecimiento. Como resultado, se ha propiciado la democratización no sólo del empleo, sino también de las relaciones entre géneros, relaciones de poder, ya que hoy en día las mujeres tienen la necesidad e iniciativa de buscar la equidad tanto en la esfera doméstica, como en la pública. Lo anterior se ve reflejado en el incremento paulatino de mujeres empresarias, y de hombres en empleos considerados tradicionalmente como femeninos.

Luego puede afirmarse que el turismo y particularmente el trabajo turístico es un factor que impulsa o favorece el inicio del proceso de empoderamiento de las mujeres en el CIP Huatulco, ya que el contacto e interacción con personas de culturas diferentes al contexto habitual facilita y agiliza los cambios que dan pie a dicho proceso.

Por otra parte, en los últimos años se han desarrollado algunas políticas y programas a nivel nacional e internacional. Sin embargo a nivel regional, específicamente en el CIP Bahías de Huatulco, dichas políticas y programas no se han aplicado de forma sistemática y deliberada, ya que si bien las mujeres han logrado un nivel de empoderamiento, este se ha dado de forma espontánea, en la búsqueda por mejorar su situación y condición, no precisamente por la implementación de dichas políticas y programas.

La compensación económica que obtienen las mujeres, por realizar tareas que, podrían denominarse domésticas, puede dar como resultado una revaloración de la actividad misma y de la mujer como individuo que contribuye económicamente a sostener a la unidad familiar. Con esto quiere decirse que la valoración de la actividad realizada se convierte en el factor que determina un posible cambio en su autopercepción, es decir, el proceso más importante se da a nivel individual, en el establecimiento del yo capaz de pensar y actuar de manera diferente y de valorar este pensamiento y acciones no como algo circunstancial y adaptativo, sino como intencional y transformador.

En este sentido, es importante considerar “cómo” ocurre la integración de las mujeres en la vida laboral. Esto quiere decir, si el proceso de integración a la vida laboral se concibe como un proceso que surge de una necesidad por preservar la vida, la familia, el bienestar y la mejoría de la unidad familiar desde la perspectiva económica exclusivamente, o si por el contrario tal integración contempla aspectos que superan las necesidades estrictamente económicas, entonces el proceso de empoderamiento puede presentar indicios de una verdadera reestructuración de su situación y condición.

Luego entonces, puede decirse que las modificaciones en las percepciones que las mujeres tienen de sí mismas están en un proceso que se relaciona directamente con la toma de conciencia y revaloración de sí misma. Del mismo modo, dicho proceso de reestructuración se da de forma diferenciada en cada mujer, puesto que varía de acuerdo con la condición, posición desde su propia perspectiva, así como de las necesidades e intereses de las mismas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, M. M. & Rodríguez, J. M.** (2011) "Situación internacional de la perspectiva de género en las empresas turísticas. El caso de México". En: Almeida, A.; Antón, M. & Miguel, J. (ed) Turismo y género, Síntesis, Madrid, pp. 123-149
- Babbie, E.** (2000) "Fundamentos de la investigación social". Thomson, México
- Baylina, M.** (1997) "Metodología cualitativa y estudios de geografía y género". Doc. Anál. Geogr. Universidad Autónoma de Barcelona, Departamento de Geografía, Barcelona, pp. 123-138
- Belausteguigoitia, M. & Belausteguigoitia, I.** (s/a) "Las mujeres ejecutivas y el techo de cristal". UNAM. Disponible en cedef.itam.mx/PDF/Lasmujeresejecutivasenlaempresafamiliar.pdf. Fecha de acceso 04/01/2013
- Bustos, O.** (2002) "Mujeres rompiendo el techo de cristal, el caso de las universidades". OMNIA, México
- Cones, C. A.** (1995) "Crafting selves. The lives of two mayan women". Annals of Tourism Research 22(2): 314-327
- De la Cruz, C.** (1998) "Guía metodológica para integrar la perspectiva de género en proyectos y programas de desarrollo". EMAKUNDE/Instituto Vasco de la Mujer, Vitoria-Gasteiz
- Deere, C. & León, M.** (2001) "Derechos de propiedad, herencia de las esposas e igualdad de género: aspectos comparativos entre Brasil e Hispanoamérica". Estudios Feministas 9(2): 433-459
- Díaz Carrión, I. A.** (2013) "Mujeres y mercado de trabajo del turismo alternativo en Veracruz". Economía, Sociedad y Territorio XIII(42): 351-380
- Díaz Carrión, I. A.** (2012) "Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco (México)". Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 10(5): 531-542
- Diéguez Castellón, M. I.; Gueimonde Canto, A. I. & Blanco Cerradelo, L.** (2011) "GAP tecnológico de género en turismo rural". Revista Análisis Turístico (12): 63-68
- Ferguson, L.** (2010) "Turismo, igualdad de género y empoderamiento de las mujeres en Centroamérica". PAPELES de relaciones ecosociales y cambio global (111): 123-133
- Foucault, M.** (1970) "El orden del discurso". Tusquets, Buenos Aires
- FRIDE** (2006) "El Empoderamiento". Disponible en <http://www.fride.org/publicaciones/2006>. consultado el 30 de septiembre de 2012
- FUSDA** (2008) "Una aproximación a los estudios de género". Nueva visión socialdemócrata, Equidad y Género. Disponible en <http://www.fusda.org/revista12-1.pdf>. Consultada el 30 de septiembre de 2012

- García, M. & Sánchez, A.** (2011) "Evaluación del potencial ecoturístico en áreas naturales protegidas del municipio de Santa María Huatulco, México". Cuadernos de Turismo (27): 541-560
- García Ramón, M. D.; Canoves, G. & Valdovinos, N.** (1995) "Farm tourism, gender and the environment in Spain". Annals of Tourism Research 22(2): 267-282
- Gómez, G.** (2006) "Propuesta multimedia para el manejo, administración y divulgación de la información turística e imagen institucional de las Bahías de Huatulco". Tesis de licenciatura. Universidad del Mar, Campus Huatulco
- González, A.** (2012) "Construcción social del espacio turístico insular. El caso de Cozumel, Quintana Roo". En: López López, A.; Lopez Pardo, G.; Andrade Romo, E.; Dagostino Ch., R. & Espinoza S., R. (coord.) Lo global y el turismo. Nuevos paradigmas de interpretación. Academia Mexicana de Investigación Turística y Universidad de Guadalajara, México, pp. 89-101
- Guil, A.** (2008) "Techos de cristal en la Universidad de Sevilla". Disponible en http://amites.org/assets/files/techos_cristal_anaguil.pdf Fecha de acceso 14/04/2013
- Gullette, G.** (2007) "Migration and Tourism Development in Huatulco, Oaxaca". Current Anthropology. Departamento de Antropología, Universidad del Estado de Georgia 48(4): 603- 610
- Hernández, J.** (2006) "Producción de singularidades y mercado global. El estudio antropológico del turismo". Boletín Antropológico (66): 21-50
- Hidalgo, N.** (2002) "Género, empoderamiento y micro finanzas. Un estudio en el caso del Norte de México". Tesis de Maestría. Instituto Nacional de la Mujeres, México
- Iakovidou, O.** (2002) "Women's agrotourist cooperatives in Greece: key elements for their successful operation". Journal of Rural Cooperation 30(1): 13-24
- INEGI** (2011) "Censos y conteos de población y vivienda, consulta del Censo 2010". Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx>. Consultada el 25 de enero de 2013
- INMUJERES** (2010) "Política nacional de igualdad entre hombres y mujeres. Balances y Perspectivas". Instituto Nacional de las Mujeres, México
- INSTRAW** (2006) Disponible en <http://www.un-instraw.org/es/>. Consultado el 07 de noviembre de 2012
- Kinnaird, V.; Kothar, U. & Hall, D.** (1994) "Tourism: gender perspectives". En: Kinnaird, V. & Hall, D. (ed.) Tourism: a gender análisis. Wiley, New York, pp. 1-34
- Lagarde, M.** (1996) "El género, fragmento literal: la perspectiva de género". En: Lagarde, M. (ed.) Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia. Horas y horas, Madrid, pp. 13-38
- Lamas, M.** (2006) "Problemas sociales causados por el Género". Disponible en <http://www.cubaenergia.cu/genero/teoria/t46.pdf>. Consultado el 27 de mayo de 2013
- Lara Aldave, S. & Vizcarra Bordi, I.** (2008) "Políticas ambientales forestales y capital social femenino mazahua". Economía, Sociedad y Territorio VIII(26): 477-515
- León, M.** (1997) "Poder y empoderamiento de las mujeres". T/M, Santa Fe de Bogotá
- Martínez, B.** (2000) "Género, empoderamiento y sustentabilidad, una experiencia de microempresa artesanal de mujeres indígenas". PREMSA, México
- Martínez, B.** (2003) "Género, sustentabilidad y empoderamiento en proyectos ecoturísticos de mujeres indígenas". La Ventana 17: 177-217

- Oaxaca** (2011) "Plan Estatal de Desarrollo. Gobierno del Estado de Oaxaca; administración 2011-2016". Disponible en http://www.planestataldedesarrollo.oaxaca.gob.mx/downloads/Plan_Estatal_de_Desarrollo_Oaxaca_2011_2016.pdf. Consultado el 10 de marzo de 2013
- OIT** (2004) "Romper el Techo de Cristal. Las mujeres en puestos de dirección". Ginebra
- OMT** (2011) "El turismo es motor para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres, según nuevo informe de Naciones Unidas". Disponible en: http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=7562 Consultado el 03 de junio de 2012
- Rivas, M.** (2006) "La investigación cualitativa etnográfica en educación". *EDUCERE Reseñas* 35(11): 757-758
- Rodríguez, G.; Gil, J. & García, E.** (1996) "Metodología de la investigación cualitativa". Aljibe, Málaga
- Rowlands, J.** (1997) "Questioning empowerment. Working with women in Honduras". Oxfam, Oxford
- Ruiz, O.** (2008) "Turismo como factor de desarrollo y competitividad, Versión preliminar". Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Documento de Trabajo n. 36, Cámara de Diputados, México
- SECTUR** (2011a) "El turismo, oportunidad de progreso para mujeres y hombres". Boletín de perspectiva de género en el sector turístico 2011. Año 3, No. 2. Disponible en: <http://genero.sectur.gob.mx/BoletinGeneroVer9/internacionales.html>. Consultado el 3 de junio de 2013
- SECTUR** (2011b) "Igualdad y género en el sector turismo". Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Igualdad_y_Genero_en_el_Sector_Turismo. Consultado el 3 de junio de 2013
- SECTUR** (2010) "La OMT ante la igualdad de género". Boletín de perspectiva de género en el sector turístico 2010 Año 2, No. 4. Disponible en: http://genero.sectur.gob.mx/BoletinGeneroVer7/internacionales_3.html. Consultado el 3 de junio de 2013
- SECTUR & CM** (2011) "Análisis económico del mercado laboral en el sector turístico: hacia una política pública para la igualdad entre mujeres y hombres secretaria". México
- SEDESOL** (2012) "Catálogo de localidades, Municipio de Santa María Huatulco". Disponible en: <http://www.microrregiones.gob.mx/catloc/Locde Mun.aspx?tipo=clave&campo=loc&ent=20&mun=413>. Consultado el 07 de marzo de 2013
- Sparrer, M.** (2003) "Género y turismo rural. Ejemplo de la Costa Coruñesa". *Cuadernos del Turismo* 13: 181-197
- Soares, D.; Castorena, L. & Ruiz, E.** (2005) "Mujeres y hombres que aran en el mar y en el Desierto. Reserva de la Biosfera El Vizcaíno, B.C.S". *Revista Frontera Norte* 17(34): 67-102
- Toledo, A.** (2007) "El techo de cristal de las mujeres ejecutivas". *El Universal*, noticia publicada el 19 de abril de 2007. Disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/57319.html>. Consultado el 09 de enero de 2013
- Treminio Sánchez, I.** (2005) "La influencia del turismo en la democratización familiar: una mirada a partir de la socioterritorialidad. El caso de Quepos/Manuel Antonio, Costa Rica". *Revista Centroamericana de Ciencias Sociales* II(3): 117-134

UNED (s/a) "Género y Turismo: Empleo y participación de las mujeres en el turismo". Disponible en turismo-sostenible.rds.hn/documet/genero_participacion_mujeres.doc. Consultado el 10 de diciembre de 2012

Universitas (2006) "Antología preparada para el primer curso diplomado en desarrollo humano local, género, infancia, población y salud". Universidad de La Habana, La Habana

Vandegrift, D. (2008) "This isn't paradise, I work here: global restructuring, the tourism industry and women workers in Caribbean Costa Rica". *Gender and Society* 22: 778-798

Young, K. (2006) "El potencial transformador en las necesidades prácticas: empoderamiento colectivo y proceso de planificación". En: Parodi, R. & Vergara, H. Antología preparada para el primer curso diplomado en desarrollo humano local, género, infancia, población y salud. Pp. 121-129. Disponible en http://www.undp.org.cu/documentos/libros/antologias/genero/1_6Antolog%EDa%20Genero.pdf fecha de acceso 20/03/2013

Recibido el 06 de abril de 2014

Reenviado el 02 de agosto de 2014

Aceptado el 10 de agosto de 2014

Arbitrado anónimamente

MEDIDAS DE MITIGACIÓN Y ADAPTACIÓN ANTE PELIGROS HIDROMETEOROLÓGICOS**El caso del sector hotelero en la isla de Cozumel, Quintana Roo, México**

Amanda Legorreta Ramírez*

Maribel Osorio García**

Universidad Autónoma del Estado de México - Toluca

Alejandro Palafox Muñoz***

Universidad de Quintana Roo

Cozumel – México

Nora Bringas Rábago****

El Colegio de la Frontera Norte

Tijuana - México

Resumen: Este artículo discute la necesidad de adoptar un enfoque teórico situado en la complejidad, que permita integrar bajo un mismo objeto de estudio, a los sistemas sociales, en este caso al turismo, en relación a su ambiente natural y sus manifestaciones climáticas extremas, como son los huracanes. La relación entre ambos sistemas está llena de conexiones e interrelaciones que constantemente están cambiando y evolucionando, más aún cuando se dan perturbaciones significativas dentro del sistema acoplado; para hacer frente a éstas, es que se integra la adaptabilidad como un elemento fundamental que permite la sobrevivencia de ambos sistemas bajo nuevas condiciones y estructuras más robustas que soportan sus mutuos procesos. Se propone así, el modelo de los sistemas complejos adaptativos como un marco de referencia sobre el cual es posible estudiar un caso concreto que engloba al sector hotelero de la isla Cozumel, ante el paso de los huracanes. Se integran también, categorías de análisis e indicadores para analizar el proceso de adaptación a través de la implementación concreta de medidas de adaptación y mitigación por parte de los hoteles para reducir su vulnerabilidad ante los huracanes.

PALABRAS CLAVE: adaptación, huracanes, cambio climático, turismo.

Abstract: Mitigation and Adaptation Policies in the Presence of Hydrometeorological Phenomena: The Hotel Sector Case in Cozumel's Island, Quintana Roo, Mexico. This article discusses the necessity of adopting a theoretic approach from the complexity in order to integrate coupled human – nature systems; such as tourism and its relationship with the natural environment and its extreme climatic manifestations, like hurricanes. The relationship between both systems is full with connections and interrelation that are in constant change and evolution, moreover when there is an intense disturbance within the coupled human – nature system. To cope with it, it is necessary to adapt in order to get new structures and processes under different conditions. A methodological framework is proposed to have a better understanding of a concrete case of study, the complex adaptive systems (CAS) is utilized for analyze the hotel sector of Cozumel's island and the hurricanes. In this model a

* Doctora en Estudios Turísticos por la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex). E-mail: amanda.legorret@gmail.com

** Doctora en Ciencias Sociales y Políticas y Profesor de tiempo completo en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. E-mail: maribelosorio2@gmail.com Autor para correspondencia

*** Doctor en Ciencias Ambientales y Profesor de tiempo completo en el Departamento de Estudios Sociales y Empresariales de la Universidad de Quintana Roo, Unidad Académica Cozumel, México. E-mail: alejandro.palafox@gmail.com

**** Dra. en Geografía y Ordenamiento del Territorio por la Universidad de París, Francia. Se desempeña como profesora-investigadora en el Departamento de Estudios Urbanos y del Medio Ambiente en El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, México. E-mail: nbringas@colef.mx

set of indicators are integrated to study the process of adaptation through the implementation of adaptation and mitigation policies in the hotels to reduce their vulnerability to hurricanes.

KEY WORDS: *adaptation, hurricanes, climatic change, tourism.*

INTRODUCCIÓN

El tiempo meteorológico y el clima, han sido siempre muy importantes para el desarrollo del turismo, no sólo por la dependencia de determinadas condiciones meteorológicas para la práctica de actividades asociadas a la recreación, ya sean consideradas de sol y playa o de nieve (Beritella *et al.*, 2006: 914, Scott, 2008), sino también como parte de la discusión acerca del desarrollo, políticas e investigación que se debe realizar alrededor de este tema (Gössling, 2010: 8). La elección del destino está ligada a dichas condiciones y los posibles cambios que pueda haber (Witt & Witt, 1995: 449; Becken, 2004: 9; Scott, 2008); sin embargo cuando se presentan fenómenos extremos se incide en la demanda del destino y, por ende en sus ingresos económicos y de bienestar (Scott, 2008; Hamilton *et al.*, 2005: 246; Hamilton & Tol, 2007).

Naturalmente, algunas regiones son más sensibles a los cambios climáticos que otras, sobre todo aquellas en las que la economía está basada en un turismo de naturaleza (Saarinen *et al.*, 2012: 274; Soboll & Dingeldey, 2012: 103); un ejemplo la constituyen los destinos costeros e insulares pertenecientes a países en vías de desarrollo (Bertinelli & Strobl, 2013: 1690; CEPAL, 2009: 12). Estos presentan características especiales como aislamiento, variedad de biodiversidad y atractivos naturales, terrenos poco aptos para la agricultura y la ganadería; por lo que han desarrollado y fomentado el turismo como la actividad económica predominante (Scott, 2008; Hamilton *et al.*, 2005: 246; Hamilton & Tol, 2007).

Especialmente la zona del Caribe ha sido una de las más afectadas por fenómenos climáticos como tormentas tropicales y huracanes (Foster *et al.*, 2013: 2; Bertinelli *et al.*, 2013: 1689); los huracanes han sido más estudiados debido al potencial destructivo que conllevan, como la pérdida de biodiversidad (Cherian, 2007: 129) y daños a las personas e infraestructuras (Dionee *et al.*, 2008: 785; Martín, 2009: 34).

La región del Caribe ha desarrollado el turismo como actividad económica principal, no obstante está expuesta al paso de tormentas tropicales y huracanes que amenazan al entorno natural, base principal del atractivo turístico (Foster *et al.*, 2013: 3); el turismo se destaca por ser fuente de divisas para los gobiernos (Tsounta, 2009: 29; Hayle *et al.*, 2010: 37). A pesar de existir estudios focalizados en diferentes regiones del Caribe a raíz de la destrucción causada por los huracanes, se señala la necesidad de profundizar y aumentar los estudios en la escala local, pues los impactos suelen estudiarse de forma agregada, no tomando en cuenta las características y necesidades específicas de las comunidades o sectores locales (Bertinelli & Strobl, 2013: 1691). Más aún, se enfatiza un

creciente interés en conocer cómo es que se adaptan tanto las comunidades como los sectores económicos ante el aumento de fenómenos hidrometeorológicos (Forster, 2010; Samaniego, 2010: 25; Soltau, 2006: 253). Así mismo, se busca conocer las acciones concretas realizadas en términos de la adaptación a las nuevas condiciones, y minimizar las contribuciones que la industria turística aporta al proceso del cambio climático (Becken, 2007: 353; Da Cruz, 2009: 477; Bigano *et al.*, 2007: 27). En el turismo se busca la adaptación por subsectores, es decir los componentes de la cadena de valor, como hoteles, proveedores, servicios de transportación (Becken & Hay, 2007: 28; Scott, 2008; Gössling *et al.*, 2009: 34), para cada uno de ellos se proponen diversas medidas para la implementación de tecnologías limpias y el consumo de energía racional para disminuir la emisión de gases de efecto invernadero al ambiente (Simpson *et al.*, 2008: 30).

Para contextualizar este trabajo se elige la isla de Cozumel, Quintana Roo, ubicada en el Caribe mexicano, debido a la importancia que tiene tanto a nivel ambiental, como dentro del turismo mexicano por las divisas que genera; al mismo tiempo se encuentra dentro de la ruta de huracanes procedentes del Atlántico Norte, lo que la hace vulnerable a recibir fuertes impactos por esta causa. El objetivo es analizar las medidas de mitigación y/o adaptación en diferentes aspectos relacionados con la prestación del servicio turístico, a partir de las experiencias previas de huracanes que han impactado a la isla de Cozumel; y que han fomentado el inicio de los procesos de adaptación al cambio climático.

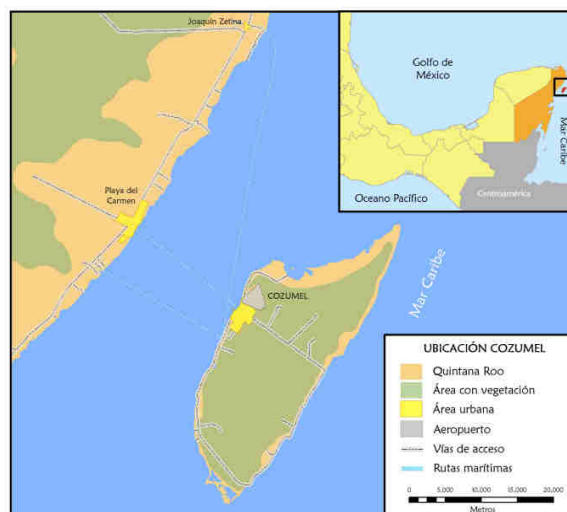
El texto presenta en la primera parte una breve descripción de la isla de Cozumel en relación a la actividad turística que ahí se lleva a cabo, así como los efectos que han causado los huracanes al turismo; en la siguiente parte se expone el marco teórico que sustenta la elección del modelo de sistemas complejos adaptativos para este trabajo; posteriormente se explica el diseño metodológico a partir de las particularidades del caso de estudio; después se presentan los resultados obtenidos; y finalmente las conclusiones del trabajo.

ÁREA DE ESTUDIO: ISLA DE COZUMEL

Cozumel es la tercera isla más grande de México localizada en el mar Caribe entre los paralelos 20 16' y 20 36' de latitud norte, los meridianos 86 43' y 87 22' de longitud oeste (INEGI, 2009) (Figura 1).

La importancia a nivel ambiental de Cozumel se debe a la gran biodiversidad de especies y subespecies endémicas terrestres y de agua dulce, algunas de ellas bajo fuerte amenaza de extinción; siendo también parte del Sistema Arrecifal Mesoamericano el más grande del hemisferio oeste (CONANP, 2007: 15; MARTÍ, 2011: 2). Los atractivos naturales que posee han hecho que sea considerado el principal destino de cruceros en el mundo (Gauna & Virgen, 2005: 3; CNET, 2013: 4-6), generando cerca de 545 millones de dólares anuales (SECTUR, 2011: 17).

Figura 1: Ubicación de Cozumel



Fuente: INEGI, 2009

La ubicación geográfica de Cozumel la coloca dentro de la trayectoria de los ciclones que se forman en el Atlántico Norte, dependiendo de la intensidad de sus vientos (CONANP, 2007: 14). Si bien no todos los huracanes impactan directamente a Cozumel, los efectos indirectos afectan a la isla y al desarrollo del turismo al presentar condiciones desfavorables; el daño dependerá de la categoría que tenga el huracán, y si pasa exactamente sobre la isla, por ejemplo el huracán *Wilma* en el año 2005 causó la pérdida de 18,258 millones de pesos a la industria hotelera (García, 2006: 7) y un monto acumulado de ingresos dejados de percibir de 144,352 miles de dólares (CEPAL, 2009: 23, SECTUR, 2006: 12). Las lecciones que dejó el paso del huracán *Wilma* han sido particularmente importantes para la generación de medidas de mitigación y adaptación en la isla, por la alta vulnerabilidad ante estos fenómenos climáticos.

MARCO TEÓRICO

El estudio del turismo en relación al cambio climático se ha centrado en básicamente dos líneas de investigación: la primera mide la pérdida o ganancia del atractivo turístico desde un punto de vista físico, en el que los cambios en el ambiente repercuten directamente en el nivel de demanda que tienen los destinos (Nava, 2008: 339 - 341; Da Cruz, 2009: 478; Brouder & Lundmark, 2011: 921). La segunda línea de investigación está caracterizada por la implementación de herramientas utilizadas en el contexto del análisis económico (Bujosa & Nadal, 2011: 865), es decir buscan evaluar las repercusiones del cambio climático a través de modelos de equilibrio general definiendo al turismo dentro de las cuentas nacionales (Bigano *et al.*, 2007: 27; Beritella *et al.*, 2006: 915; Hamilton & Tol, 2007: 54); a pesar de que cada vez se registra una mayor productividad en este tipo de estudios, se detecta un vacío en las cuestiones de la adaptación de los destinos a las nuevas condiciones climáticas (Weaver, 2011: 10, 11), a pesar de haber sido reconocida como una cuestión clave en futuros escenarios del turismo (Scott *et al.*, 2005: 13; Scott, 2008).

El turismo ha sido reconocido como uno de los sectores productivos más flexibles y adaptables a cambios, ya sea de tipo ambiental, económicos o sociales (Simpson *et al.*, 2008: 28), sin embargo esta adaptabilidad le confiere características que lo ubican dentro del estudio de lo complejo para intentar abarcar las conexiones con el ambiente y entre los diferentes actores sociales para resolver los problemas que se presentan (McDonald, 2009: 460; Jobbins, 2003: 459); estudiar al turismo desde la perspectiva de la complejidad ofrece alternativas más amplias de ver el mundo, buscando el equilibrio en sus procesos para garantizar la viabilidad en el largo plazo (Camus *et al.*, 2010: 260 y 261; Hopeniene *et al.*, 2009: 781; Posada, 2007: 75 - 76).

Las características del sistema turístico asociadas con el campo de lo complejo son la auto organización y la no linealidad (Urry, 2001; Sánchez, 2014: 21), la naturaleza cambiante y dinámica (Becken & Hay, 2007: 28), y la incertidumbre inherente a sus comportamientos y respuestas (Farrell & Twinning-Ward, 2005: 111, 117); de esta forma han surgido algunos intentos para estudiar al turismo desde la complejidad para casos específicos de optimización de procesos en las cadenas de valor (Lim & Cooper, 2008: 91), degradación del atractivo turístico (Lohmann *et al.*, 2012: 817), análisis de riesgo multidimensionales (Lozoya *et al.*, 2011: 410), análisis de las precipitaciones en las costas (Scarsoglio *et al.*, 2013: 3), entre otros.

Dentro del enfoque de los sistemas complejos (García, 2006: 21) se han desarrollado modelos para estudiar aspectos concretos de la complejidad; por ejemplo los *sistemas complejos auto organizados* hacen énfasis en la relaciones entre diferentes factores de atracción y los valores inherentes para construir narrativas que den cuenta de la evolución a partir de cambios internos en el sistema (Kay & Regier, 2000: 124); *la dinámica de sistemas*, ha sido usada para simular el comportamiento cuantitativo de múltiples variables en relación a la retroalimentación dentro de un sistema dado (Zhou *et al.*, 2012: 691); *el modelo del nuevo ciclo de vida*, se usa bajo el concepto de desarrollo y optimización de procesos turísticos dentro de un contexto no-lineal, complejo y sujeto a cambios ambientales (Lim & Cooper, 2012: 92); así mismo se encuentran también los *sistemas complejos adaptativos*, que buscan acoplar en un mismo objeto de estudio, a sistemas sociales y naturales, gobernados por un comportamiento específico, poniendo énfasis en la adaptabilidad del sistema ante perturbaciones (Farrell & Twinning-Ward, 2005: 115).

Los sistemas complejos adaptativos (CAS) han sido utilizados y recomendados en el estudio del turismo bajo diferentes escenarios, especialmente cuando se tienen bases de sustentabilidad (Farrell & Twinning-Ward, 2005: 113), que integran la adaptabilidad como una de sus premisas principales (Plummer & Fennell, 2008: 153), y que incluso pueden integrar indicadores específicos para evaluar dicha adaptación (Schianetz & Kavanagh, 2008: 607). La adaptabilidad es una característica asociada a los sistemas complejos en coevolución, y es el resultado del procesamiento de información que se traduce en la auto organización del sistema a través de las vastas redes de los elementos que integran sus relaciones (Ritter *et al.*, 2002: 726).

Se elige entonces a los sistemas complejos adaptativos, como un modelo que puede ser aplicado al estudio del turismo en relación a un sistema natural, y que sufre perturbaciones derivadas de manifestaciones climáticas extremas, que afectan tanto al sistema social como al natural; y que a través de procesos de adaptabilidad busca la permanencia en el largo plazo.

De acuerdo con Ellis & Herbert (2011: 34) para aplicar el modelo CAS a sistemas sociales se deben resaltar las características siguientes:

- 1) *Múltiples agentes*: Establecen las redes formales o informales de trabajo colaborativo para contribuir a la solución de problemas determinados generando conectividad e interdependencia entre ellos.
- 2) *Auto organización*: Se crea a base de retroalimentaciones entre las interacciones humanas, busca una perspectiva amplia en lugar de individual, se auxilia de incentivos y recompensas a largo plazo para lograr objetivos establecidos con base en el establecimiento de prioridades, requiere de flujos y redes de comunicación. En esta parte se integran elementos subjetivos, como son valores, intereses y prioridades.
- 3) *Coevolución*: Se presenta sobre todo ante perturbaciones no programadas resultado de retroalimentaciones no-lineales o de múltiples causas y se identifica como 'comportamiento emergente', favorece la gobernanza. En el momento de una perturbación dentro del sistema, se activan mecanismos y procesos que permiten que el sistema evite un colapso a través de la auto organización de los agentes.
- 4) *Adaptación del sistema*: Las redes entre actores se fortalecen formando mayores estructuras de comunicación y vínculos para agregar jerarquías en donde coexistan organizaciones o individuos de manera organizada para evitar daños mayores en el sistema en el largo plazo, siendo entonces la finalidad reducir la exposición y la vulnerabilidad del sistema, incrementando la resiliencia a los potenciales daños.

La adaptación requiere de dos enfoques que conllevan medidas específicas para cada subsector del turismo; el primero es la mitigación, que se realiza a través de la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero por medio de mejoras en los sistemas tecnológicos o con mecanismos de mercado (Simpson *et al.*, 2008: 78); esto debido a las altas contribuciones del turismo al cambio climático del orden del 5% global (Scott *et al.*, 2006: 27; Gössling, 2010: 9). El segundo enfoque es propiamente la adaptación, para responder a los rápidos cambios ocasionados en el entorno ambiental y social (Scott *et al.*, 2006: 54; Gössling, 2010: 22-25). Si bien ambos enfoques pueden ser complementarios o sustitutos uno de otro, se recomienda una combinación de los dos debido al escenario dinámico que supone el clima y sus repercusiones en el ambiente (Simpson *et al.*, 2008: 15; Becken, 2004: 7).

En este trabajo se estudia al sistema turístico en relación a la capacidad adaptativa de sus componentes, los turistas tienen una alta adaptabilidad porque pueden evitar o salir de un destino que está bajo amenaza climática; los tour operadores tienen una capacidad media dependiendo de en dónde estén ubicados sus servicios, el tamaño de la empresa y los recursos que tengan a su disposición; finalmente los hoteles y las comunidades tienen una baja adaptabilidad porque están físicamente en el destino en el momento en que ocurre una contingencia climática, por ello reciben el mayor impacto (Simpson *et al.*, 2008: 22-25; WTO & UNEP, 2008: 6-9).

Con base en la anterior explicación, se eligió al sector hotelero de Cozumel, como un ejemplo de que, a pesar de poseer baja capacidad adaptativa, es posible aumentar ésta en la práctica a través del establecimiento de políticas de mitigación y adaptación. Existe ya en la literatura información que permite clasificar ambas medidas de acuerdo a categorías y variables de análisis especiales para el caso de hoteles en destinos turísticos costeros e insulares (WTO & UNEP, 2008: 92-95; Simpson *et al.*, 2008: 52, 67), dichas categorías incluso son usadas en manuales de certificación para la sostenibilidad de destinos turísticos (Newson & Sierra, 2008: 8).

De esta forma, se elaboró un instrumento de trabajo que se aplicó en los hoteles para conocer las medidas concretas implementadas en las categorías que se presentan a continuación:

a) *Adaptación*: son las medidas referidas a los ajustes en los sistemas naturales y humanos para responder a los estímulos actuales o esperados provenientes del clima así como de sus efectos (IPCC, 2007: 437).

En esta parte se dividió el trabajo en las siguientes variables de análisis:

- *Consumo y ahorro de agua*: El criterio usado fue la forma en que el agua es usada en los hoteles, y las medidas que se han implementado para reducir su consumo (Newson & Sierra, 2008: 34-36).

- *Residuos sólidos*: Los residuos sólidos se definen como toda la basura producida por el hotel, incluido los desperdicios de comida, empaques, pilas, etc., todo esto daña al ambiente en múltiples niveles, por lo que su reducción, reúso y eliminación adecuada representa importantes avances en la reducción de gases de efecto invernadero y otros contaminantes, (Newson & Sierra, 2008: 28-31).

- *Arquitectura bioclimática*: El mayor consumo energético se produce en los edificios, para reducirlo se hace énfasis en el diseño y la construcción de edificios con un enfoque bioclimático, esto es tomar en cuenta las condiciones climáticas del entorno aprovechando los recursos disponibles para disminuir los impactos medioambientales (Gómez & Romanillos, 2012: 261-263).

- *Áreas verdes y jardines*: El diseño de espacios verdes busca reducir el impacto visual sobre el paisaje optimizando la integración en la zona; usando especies vegetales y animales autóctonas o naturalizadas ya adaptadas a las condiciones climáticas específicas, evitando la introducción de especies exóticas que amenacen la biodiversidad. (UICN, 2012: 12, 14).

- *Preparación ante huracanes*: Debido a las numerosas pérdidas de vidas y daños a infraestructura de desastres naturales se ha buscado implementar mecanismos para la prevención y adaptación ante estos eventos; ésta se basa en los principios de alerta y preparación ante emergencias a nivel local. Esto abarca el estudio del contexto, las vulnerabilidades, los posibles riesgos y las medidas a implementar para reducirlos (WTO & UNEP, 2008: 115 y 125).

b) *Mitigación*: las medidas de mitigación están enfocadas a reducir las emisiones de efecto invernadero procedentes de la producción y consumo de energía, (Gómez & Romanillos, 2012: 220). El instrumento buscaba conocer las medidas de eficiencia energética adoptadas por los hoteles, y la reducción de la huella de carbono.

- *Eficiencia energética*: Los hoteles consumen, energía eléctrica en alumbrado, ascensores, bombeo de agua, aire acondicionado, maquinaria eléctrica en cocinas, restaurante, lavandería, etc.; y energía térmica a través del uso de algún combustible para el suministro de agua caliente en regadera, piscinas, y cocinas. (Rowe, 2009: 211-217). Los hoteles de playa consumen más energía eléctrica debido al uso intensivo de equipos de aire acondicionado.

- *Reducción de huella de carbono*: Se define como la totalidad de gases de efecto invernadero emitida directa o indirectamente por un individuo, organización, acontecimiento o producto. En el caso de los hoteles, es la cantidad de CO₂ liberada por los sectores y operaciones que realiza (Gómez & Romanillos, 2012: 257-260). Se busca entonces la reducción de las emisiones que se generan en los procesos productivos de los hoteles.

DISEÑO METODOLÓGICO

Una vez elegido el modelo teórico de sistemas complejos adaptativos, se hicieron las adecuaciones para el estudio de caso, y aplicar los instrumentos necesarios para la obtención de la información.

El primer elemento de la metodología CAS se relaciona con el estudio de los *múltiples agentes*; bajo el enfoque de los sistemas complejos, se retoman las categorías de análisis propuestas por Becken & Hay (2007) para el sistema turístico:

- *Sector privado*: asociado con las compañías que representan a la industria turística y que llevan a cabo las reformas necesarias. Para el caso de Cozumel, se entrevistó al presidente de la

Asociación de Hoteles de Cozumel; así como a los dueños o gerentes de los hoteles que ya poseían alguna certificación como hoteles verdes. La razón de esta selección obedeció a que estos son los hoteles que han implementado una mayor cantidad de políticas de mitigación o adaptación como parte del proceso para obtener la certificación, por lo que su experiencia resultaba valiosa para conocer las ventajas y las áreas de oportunidad detectadas.

- *Sector público*: se refiere a los gobiernos en sus diferentes niveles, dependiendo de cómo está estructurado el turismo en la región. Se decidió entrevistar a los directores de las dependencias de la Secretaría de Ecología y la de Protección Civil; la primera debido a que podía aportar información valiosa acerca de los programas de cuidado de la biodiversidad de la isla, así como los daños que ocasionan los huracanes y las acciones que toma en conjunto con los hoteles para reducir los impactos. Por otro lado, Protección Civil es fundamental, pues son quienes establecen y dictan el procedimiento a seguir en caso de huracanes, encabezan el comité anti huracanes de la isla, y están en constante comunicación con los hoteles para la capacitación e implementación de las medidas de prevención necesarias.

- *Grupos de interés*: Son las organizaciones ambientales, sociedad civil o universidades. La entrevista se realizó con la representante de la Fundación Plan Estratégico de Isla Cozumel y con la representante de la Iniciativa Marti (Mesoamerican Reef Tourism Initiative). Estas organizaciones buscan la certificación de los sistemas de administración y buenas prácticas ambientales de la operación hotelera en el estado de Quintana Roo.

El segundo y tercer elemento del modelo, correspondientes a la auto organización y a la coevolución del sector hotelero de Cozumel, se construyeron a partir de los datos obtenidos de los diferentes informantes clave en cada una de las categorías mencionadas. Para esto se programaron y llevaron a cabo entrevistas a profundidad, haciendo énfasis en los aspectos subjetivos para conocer las interrelaciones entre los diferentes agentes. El cuarto elemento lo constituyó la adaptación del sistema, para poder conocer las medidas empleadas se diseñó un cuestionario en la que se preguntaba por las medidas de mitigación y/o adaptación empleadas en los hoteles; para cada una de ellas se eligieron indicadores adecuados. El cuestionario fue aplicado en 24 de los 50 hoteles que tiene registrada la Asociación de Hoteles de Cozumel, estos abarcan desde villas hasta hoteles de 5 estrellas, no fue posible aplicarla la totalidad de ellos, debido al tiempo del que se disponía para el trabajo de campo y a que algunos de los hoteles no proporcionan información por considerarla confidencial.

Para las variables de las medidas de adaptación los indicadores propuestos fueron los siguientes (Cuadro1):

Cuadro 1: Variables e indicadores de la investigación para medidas de adaptación

Variables	Indicadores
Consumo y ahorro de agua	• Recolección de agua de lluvia • Uso de tecnologías para ahorro de agua. • Plantas tratadoras de agua. • Sistemas de reciclaje. • Opciones de lavado de toallas y ropa de cama. • Recordatorios visuales para los huéspedes.
Residuos sólidos	• Separación de residuos por el huésped. • Separación de residuos por los colaboradores. • Manejo especial de residuos peligrosos (ej. Estopas, botes de pintura, thinner, pilas). • Reciclaje de cartuchos de tóner. • Elaboración de composta.
Arquitectura bioclimática	• Cubiertas vegetales en techos • Muros con aislamiento térmico • Barreras suaves de protección • Barreras duras de protección
Áreas verdes y jardines	• Conservación y cuidado de áreas verdes, manglar, playa • Riego con agua reciclada • Uso de especies nativas en jardinería
Preparación ante huracanes	• Campañas de concientización • Sistemas internos de comunicación • Seguro de empleo ante huracanes • Planes de evacuación • Cortinas anticiclones • Monitoreo de información meteorológica • Asistencia a reuniones de protección civil

Fuente: WTO & UNEP, 2008; Simpson *et al.*, 2008; Newson & Sierra, 2008; San Martín & Salcedo, 2007

Para las variables de las medidas de mitigación los indicadores propuestos fueron los siguientes (Cuadro 2):

Cuadro 2: Variables e indicadores de la investigación para medidas de mitigación

Variables	Indicadores
Eficiencia energética	• Uso de ventilación natural • Utilización de energías alternativas • Uso de ventiladores eléctricos • Uso de focos ahorradores (CFC) • Uso de focos tipo LED • Uso de equipos de aire acondicionado con bajo consumo energético • Calentadores solares • Recordatorios visuales para los huéspedes
Reducción de huella de carbono	• Compras a proveedores locales • Uso de envases rellenables para shampoo y jabón en habitaciones • Promoción de empleo local • Reducción de empaques de plástico, vasos desechables, popotes

Fuente: WTO & UNEP, 2008; Simpson *et al.*, 2008; Newson & Sierra, 2008; San Martín & Salcedo, 2007

RESULTADOS

La información obtenida a través de las entrevistas hechas a los múltiples agentes identificados en el sector hotelero de Cozumel, permite la construcción de narrativas que dan forma a la auto organización y coevolución del sistema.

Auto organización: Se determinó que las dependencias de Ecología, Protección Civil y el sector hotelero han fomentado una fuerte cultura de la prevención de riesgos ante fenómenos climatológicos, y del cuidado de la biodiversidad. La Secretaría de Ecología, realiza programas de reforestación al manglar y de cuidado de especies vegetales y animales marinas amenazadas; en marzo se realiza el programa de “deschatarización” consistente en usar camiones que recolectan objetos que ya no se usan para evitar que puedan transformarse en proyectiles a la llegada del huracán. Protección Civil encabeza el “comité antihuracanes” que se reúne dos semanas antes de empezar la temporada, éste se conforma por el presidente municipal, fuerzas militares, capitanía del puerto y el comandante del aeropuerto; la preparación incluye la revisión de los tres albergues, los nueve refugios temporales y el abasto de provisiones de comida y agua. En los hoteles realizan dos inspecciones al año para revisar y actualizar manuales anti – huracanes, además de ofrecer capacitación de primeros auxilios, combate a incendios, retardante de flama para las palapas, revisiones de gas y electricidad, y se certifican los refugios temporales en los hoteles. Protección Civil es la encargada de emitir las alertas de huracán, dependiendo de su cercanía e intensidad. La opinión general es que Cozumel es capaz de enfrentar huracanes de menor intensidad gracias a la organización que tienen las diferentes dependencias y la sociedad civil.

Coevolución: Uno de los aspectos que surgió de manera muy contundente durante las entrevistas es que para los cozumeleños, los huracanes forman parte de su experiencia de vida; lo que ha facilitado el desarrollo de una cultura de prevención que ayuda a reaccionar adecuadamente ante un fenómeno de esta naturaleza. La prevención ante huracanes es lo primero que enseñan en los centros de trabajo y en las escuelas, por lo que la gente mecaniza las acciones a realizar en caso de presentarse una alerta. Además la gente oriunda considera que gracias a los huracanes es que se limpia tanto el ambiente natural, como el social ya que “con el huracán se va toda la gente que no quiere a Cozumel y que sólo está de paso”.

En cuanto a la forma de informarse y comunicar el riesgo a la población, gracias al auge del internet, se ha agilizado el manejo de la información teniendo un monitoreo constante del clima a través de las páginas de los servicios meteorológicos.

En los hoteles se encontró que sólo cuatro de ellos están certificados por Protección Civil para servir como refugios temporales, el resto deberá llevar y proporcionar alimentos y agua a sus huéspedes a uno de los refugios en la isla que es exclusivo para los turistas. Algunos hoteles tienen el programa de “políticas de huracán”, en la que se cambian las noches faltantes de estadía por un precio preferencial o se aplican íntegramente en otra época del año.

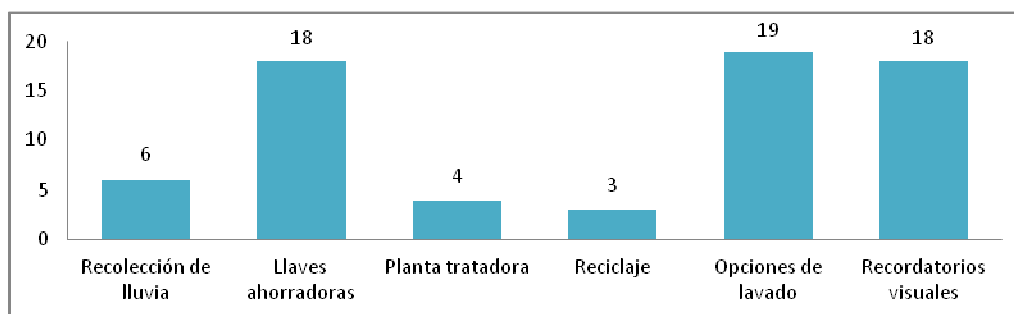
De esta forma se observa que ha existido un proceso evolutivo después del paso de los huracanes, sobre todo en lo que se refiere a la percepción, organización y preparación ante estos, todo lo cual los lleva a mejorar los procesos de gobernancia e independencia fortaleciendo la cohesión entre los diferentes agentes.

El elemento 4 se refiere a la adaptación, se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los cuestionarios en los hoteles en las dos categorías principales:

a) *Adaptación:*

- *Consumo y ahorro de agua:* en el Gráfico 1 se observa que las medidas más usadas es la opción de lavado de toallas y blancos, que permite al huésped decidir mandar a lavar diario, esto se hace por medio de tarjetas que indican el procedimiento a seguir; también existen recordatorios visuales para fomentar el cuidado y ahorro del agua en la ducha. Se usan llaves de alta presión que permiten mejorar el flujo de agua para el lavado de manos y en las regaderas; por otro lado las opciones de recolección de agua de lluvia y reciclaje para riego son poco usadas debido a la falta de conocimiento de cómo hacerlo o por falta de espacio en los hoteles pequeños; el uso de plantas tratadoras de agua es menor debido al costo que implica tenerlas.

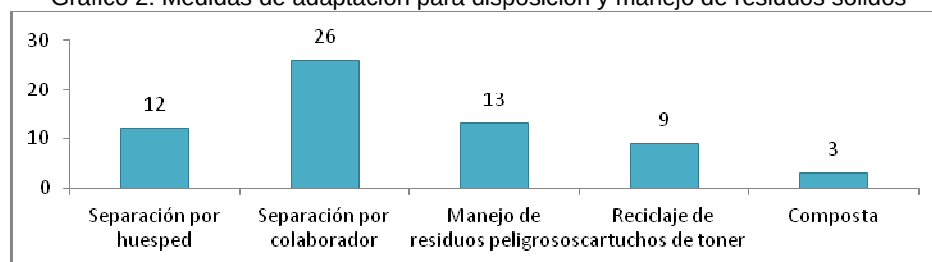
Gráfico 1: Medidas de adaptación para el ahorro y consumo de agua



Fuente: Trabajo de campo, Cozumel 2013

- *Residuos sólidos:* el Gráfico 2 indica que las medidas más usadas para el manejo de residuos es la separación en orgánico e inorgánico por parte de los colaboradores del hotel, seguida de la separación por parte del huésped; también se observa que existe un manejo especial para residuos peligrosos, como pilas, cartuchos de tóner y algunos materiales usados para mantenimiento general (pinturas, solventes, thinner, estopas). La elaboración de composta, es poco usada en los hoteles, pues se considera una actividad que da mucho trabajo al requerir un cuidado y espacio específico para ser realizada.

Gráfico 2: Medidas de adaptación para disposición y manejo de residuos sólidos



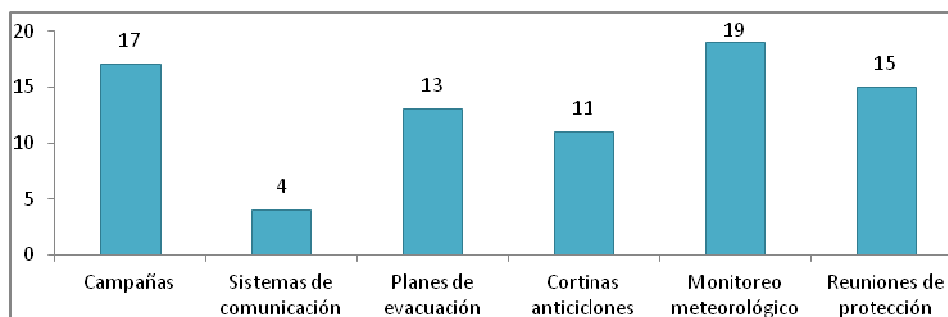
Fuente: Trabajo de campo, Cozumel 2013

- *Arquitectura bioclimática*: la alternativa más usada (11 hoteles) es el uso de barreras duras de cemento construidas a lo largo de la línea de playa en lugares estratégicos del hotel para romper las olas que llegan con el paso del huracán; las barreras de vegetación son poco usadas, sólo se observaron en 5 de ellos, debido a que el ramaje y los cocos pueden ser lanzados por los vientos y convertirse en proyectiles que impactan a los edificios. La opción de usar muros con aislamiento térmico sólo se observó en 5 hoteles de reciente remodelación. Las cubiertas vegetales, sólo se vieron usadas en 4 hoteles, en instalaciones al aire libre, como restaurantes, en donde funcionan más como elemento decorativo, que para aislar el calor; en ninguno de los edificios principales de los hoteles se observó este tipo de cubiertas.

- *Áreas verdes y jardines*: Los resultados de la encuesta indican que 17 hoteles optan por el uso de especies nativas, como la palma *chit*, que permite conservar el ecosistema para amortiguar el efecto de los huracanes tierra adentro, pues la vegetación endémica está adaptada a las condiciones de la isla siendo una barrera natural ante el clima, y proporciona un hábitat adecuado para las especies animales. De los 16 hoteles que poseen playa propia, la totalidad manifestó tener programas de cuidado de ésta, así como del manglar. Sólo 5 hoteles mencionaron el uso de agua reciclada para el riego de áreas verdes y jardines.

- *Preparación ante huracanes*: la opción más mencionada es el monitoreo constante de las alertas emitidas por las autoridades y la revisión de páginas de internet, lo cual es vital para emitir las alertas al personal; le siguen las campañas y las reuniones de protección, que incluyen el aprovisionamiento de radios, baterías, provisión de gasolina para los vehículos y revisión de la planta de luz. (Gráfico 3)

Gráfico 3: Medidas de adaptación empleadas ante huracanes



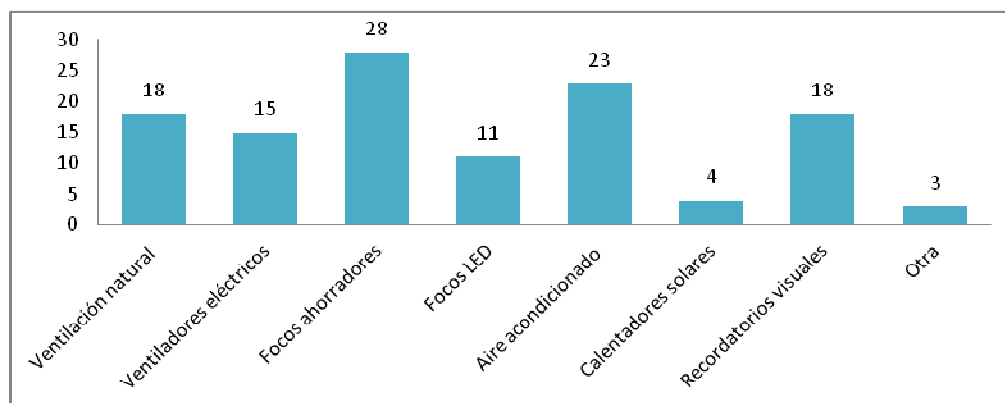
Fuente: Trabajo de campo, Cozumel 2013

b) Mitigación:

- *Eficiencia energética*: como se puede observar en el Gráfico 4 las medidas más usadas son el uso de focos o lámparas fluorescentes compactas (CFL) conocidos como focos ahorradores, siendo calificada como la más sencilla de implementar sobre todo en hoteles pequeños de hasta 50 habitaciones, en los de mayor número de habitaciones el cambio se ha hecho de forma gradual para

reemplazar los focos incandescentes de filamentos. Los focos LED (diodos emisores de luces) representan un mayor ahorro de energía por su bajo consumo y una vida útil más larga que los CFL, pero aún siguen siendo una opción cara en el mercado.

Gráfico 4: Medidas de mitigación de eficiencia energética



Fuente: Trabajo de campo Cozumel, 2013

Otra de las medidas empleadas es el cambio de los aires acondicionados compactos que tienen el condensado fuera del espacio a climatizar hacia aquellos más modernos del tipo *split* de bajo consumo. Se busca cambiar los equipos que usan el gas refrigerante R22 debido a que es contaminante para la capa de ozono por las emisiones arrojadas al ambiente. Los equipos de aire acondicionado que se recomiendan deben de tener de preferencia el sello del Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica (FIDE) por parte de la Comisión Federal de Electricidad (CFE) para asegurarse que cumpla con la normatividad vigente. El uso de estos equipos se observó mayormente en las habitaciones de los huéspedes, oficinas, restaurantes y en general en espacios cerrados; en los lugares comunes como lobby o restaurante al aire libre se aprovecha la ventilación natural o bien ventiladores eléctricos que consumen menor energía. Se usan también recordatorios visuales al lado de apagadores para evitar que las luces de la habitación se queden prendidas si la gente sale; algunos hoteles usan tarjetas electrónicas como llave en las habitaciones sin las cuales se desconecta inmediatamente el suministro de luz; en las oficinas se deben asegurar de apagar monitores de computadoras y desconectar cargadores de celular.

- *Reducción de huella de carbono*: Una de las medidas más usadas en los hoteles es la compra de productos a proveedores locales, 21 hoteles manifiestan realizar esta acción; especialmente los hoteles tipo boutique o villas ecológicas promueven las compras locales sobre todo en elementos decorativos de la habitación que pueden ser vendidas al huésped. Otra medida empleada es la reducción de plástico desechable, 18 hoteles proveen de loza siempre que sea posible, así mismo se ha promovido la sustitución de vasos de unicel para las bebidas calientes por vasos de cartón encerado que se degradan con mayor facilidad. En los restaurantes y bares se retiran los popotes y sólo se proveen si el cliente lo solicita.

En lo concerniente a la promoción del empleo local, 17 hoteles buscan esta opción, para que la gente no tenga que desplazarse grandes distancias de su casa al lugar de trabajo debido al consumo de gasolina y las consecuentes emisiones de gases al ambiente; se observó también el fomento de la bicicleta como medio de transporte.

En 9 hoteles se realiza la sustitución de envases pequeños de plástico desechable usados como cortesía para shampoo, crema y jabón líquido, por envases rellenables. Otras medidas incluyen la compra de productos de limpieza tanto para tocador, como limpieza general de origen orgánico y/o biodegradables aunque suelen ser más caros por lo que representan un gasto que debe ser considerado cuidadosamente por los hoteleros.

En general lo que se observó durante el trabajo de campo es que las categorías más trabajadas en la parte de *adaptación*, son las de ahorro y conservación de agua y, manejo de residuos sólidos, éstas cada vez se vuelven más especializadas y atacan cuestiones específicas como la separación de residuos que en algunos casos se hace no sólo en orgánico e inorgánico, sino también el manejo de residuos especiales.

En la parte de *mitigación* se observa que las acciones implementadas en cuanto al mejoramiento de la eficiencia energética consumen recursos económicos y tiempo, siendo uno de los problemas detectados la velocidad con la que cambian las normas ambientales y se renuevan las tecnologías. La categoría de *reducción de huella ecológica*, por el contrario, implica más un cambio de actitud que económico, es una revalorización de lo local, sobre lo global, además de un compromiso con el ambiente. Aún existen áreas de oportunidad en las que es posible trabajar, y es claro también que se requiere una información adecuada y certera de las características de cada hotel para obtener el máximo beneficio de las medidas que se pueden implementar en cada caso, en la medida en que se avance en estos aspectos, será posible construir una cultura y uso racional de la naturaleza.

CONCLUSIONES

El uso del modelo de sistemas complejos adaptativos, cuya génesis se encuentra en las teorías de la complejidad, permite no sólo centrar la atención en las conexiones entre sistemas naturales y humanos, sino en el desarrollo de sus mutuas interacciones derivadas de eventos específicos; por lo que el análisis que se realiza de una situación determinada es holístico y a la vez, cargado de detalles, de elementos sutiles, que en otro tipo de estudio, podrían pasar inadvertidos, y que aquí cobran especial importancia.

La adaptabilidad es una de las cuestiones claves dentro de este modelo, pero ésta tiene innumerables aristas que afectan de distintas formas a los sistemas que están involucrados, en este caso, se habla de las medidas específicas que el sector hotelero ha llevado a cabo para reducir su vulnerabilidad ante los eventos climáticos extremos como los huracanes; se observó que hay un

avance significativo en la adopción de acciones concretas de acuerdo a estándares y políticas ya probadas en otros lugares; qué tanto pueden efectivamente contribuir a reducir dicha vulnerabilidad, es una cuestión que no se verá reflejada en este momento, sino hasta que deban afrontar el paso de un huracán severo.

Existe mucha investigación sobre el cambio climático, sus manifestaciones y sus consecuencias, pero hay poco acerca de la adaptación, en especial para sectores de la economía tan vulnerables como el turismo en las islas, si bien es cierto que hay procesos irreversibles dentro de los escenarios de cambio climático, no por ello se debe adoptar una postura en la que la opción, sea no hacer nada al respecto, al contrario se debe estar preparado para afrontar los impactos reduciendo la cantidad de los daños, y la pérdidas materiales y humanas; por lo que resulta aconsejable y deseable seguir implementando este tipo de medidas.

Por tal razón, el enfoque con que se abordan los problemas ambientales, debe centrarse en adoptar una perspectiva que abarque la “dimensión humana” en la toma de decisiones, es decir que se tome una verdadera conciencia en el efecto acumulativo de las actividades humanas y sus procesos sobre la naturaleza, sobre los ecosistemas que le sirven de soporte a dichas actividades, y esto sólo se logra a través de la construcción de modelos de análisis que puedan integrar tanto cuestiones cualitativas, como cuantitativas.

Especialmente en el campo del turismo, los modelos de sistemas complejos, en sus diferentes formas, han resultado ser de utilidad para adoptar nuevos puntos de vista que ayuden a la toma de decisiones adecuadas, se puede decir que es una manera de construir procesos de aprendizaje colaborativo dentro de un contexto que tenga la adaptabilidad como fin primordial.

El ejemplo de la isla Cozumel usado en este trabajo, permitió integrar diversos elementos para su análisis en conjunto, se tomaron en cuenta los valores e intereses de los agentes involucrados, cuyo punto central es mantener un equilibrio entre el aprovechamiento de sus recursos naturales y la viabilidad del turismo como forma de vida que requiere una base natural adecuada para soportar sus procesos. Así mismo, fue posible añadir indicadores para estudiar el proceso de adaptación del sector hotelero, con lo que se pudo realizar un análisis sistemático de las conexiones entre el sistema natural y social, lo que posibilitó un entendimiento más profundo del comportamiento del sistema, que potencialmente podría predecir y prevenir los efectos negativos de las contingencias climáticas en la isla.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Becken, S.** (2004) "Climate change and tourism in Fiji. Vulnerability, adaptation and mitigation". The University of South Pacific, Suva
- Becken, S.** (2007) "Tourists' perception of international air travel's impact on the global climate and potential climate change policies". *Journal of Sustainable Tourism* 15(4): 351 – 368
- Becken, S. & Hay, J.** (2007) "Tourism and climate change". Channel view publications, Lincoln
- Berittella, M.; Bigano, A.; Roson, R. & Tol, R.** (2006) "A general equilibrium analysis of climate change impacts on tourism". *Tourism Management* 27: 913 – 924
- Bertinelli, L. & Strobl, E.** (2013) "Quantifying the local economic growth impact of hurricane strikes: an analysis from outer space of the Caribbean". *American Meteorological Society* 52: 1688 – 1697
- Bigano, A.; Hamilton, J. & Tol, R.** (2007) "The impact of climate change on domestic and international tourism: a simulation study". *The integrated assessment journal* 7: 25 - 49
- Bujosa, A. & Nadal, J.** (2011) "Cambio climático y estacionalidad turística en España: un análisis del turismo doméstico de costa". *Estudios de economía aplicada* 29(3): 863 -880
- Brouder, P. & Lundmark, L.** (2011) "Climate change in Northern – Sweden: intra- regional perceptions of vulnerability among winter-oriented tourism businesses". *Journal of Sustainable Tourism* 19(8): 919 -933
- Cherian, A.** (2007) "Linkages between biodiversity conservation and global climate change in small island developing states (SIDS)". *Natural resources forum* 31: 128 – 131
- Camus, S.; Hikkerova, L. & Sahut, J.** (2010) "Tourisme durable: une approche systémique". *Revue Management et Avenir* 34: 253 – 269
- Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)** (2013) "Panorama de la actividad turística en México. Información para la toma de decisiones de los empresarios". Universidad Anáhuac, México
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)** (2009) "Características e impacto socioeconómico de los huracanes "Stan" y "Wilma" en la República Mexicana en 2005". Secretaría de Gobernación, México
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)** (2007) "Estudio previo justificativo para el establecimiento del Área de Protección de Flora y Fauna Isla de Cozumel, Quintana Roo, México". Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, México
- Da Cruz, G.** (2009) "Cambio climático y turismo. Posibles consecuencias en los destinos turísticos de Bahía-Brasil". *Estudios y perspectivas en turismo* 18(4): 476 – 489
- Dionee, M.; Maurice, C.; Gauthier, J. & Shaffer, F.** (2008) "Impact of hurricane Wilma on migrating birds: the case of chimney swift". *The Wilson Journal of Ornithology* 120(4): 784 – 792
- Ellis, B. & Herbert, S.** (2011) "Complex adaptive systems (CAS): an overview of key elements, characteristics and application to management theory". *Informatics in Primary Care* 19: 33 - 37
- Farrell, B. & Twining-Ward, L.** (2005) "Seven steps towards sustainability: tourism in the context of new knowledge". *Journal of Sustainable Tourism* 13(2): 109-122
- Forster, J.** (2010) "Vulnerability of tourism – dependent Caribbean islands to climate change". Tesis de Doctorado. Universidad de East Anglia, Norwich

- Foster, N.; Baums, I.; Sánchez, J.; Paris, C.; Chollett, I.; Agudelo, C.; Vermeij, M. & Mumby, P.** (2013) "Hurricane-driven patterns of clonality in an ecosystem engineer: the Caribbean coral *Montastraea annularis*". PLOS One 8(1): 1 - 14
- García, N.** (2006) "Impacto socioeconómico de los ciclones tropicales 2005". Centro Nacional de Prevención de Desastres. Secretaría de Gobernación, México
- García, R.** (2006) "Sistemas Complejos. Conceptos, métodos y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria". Gedisa, Barcelona
- Gauna, C. & Virgen, C.** (2005) "Estudio sobre la satisfacción de los usuarios de los servicios turísticos en la terminal marítima de Puerto Vallarta. Cruceros y embarcaciones locales. Nuevos segmentos, nuevos productos del turismo". Universidad de Guadalajara, Administración portuaria integral Puerto Vallarta S.A. de C.V., Guadalajara
- Gómez, T. & Romanillos, P.** (2012) "El cambio climático, Pasado, presente y futuro de un mundo nuevo". Océano, Barcelona
- Gössling, S.** (2010) "Climate change and tourism policy in OECD countries". OECD, UNEP, París
- Gössling, S.; Hall, M. & Scott, D.** (2009) "The challenges of tourism as a development strategy in an era of global climate change". En: Palosuo, E. Rethinking development in a carbon-constrained world development cooperation and climate change. Ministry of Foreign Affairs, Helsinki, pp. 100-119
- Hamilton, J.; Maddison, D. & Tol, R.** (2005) "Effects of climate change on international tourism". Climate Research 29: 245 - 254
- Hamilton, J. & Tol, R.** (2007) "The impact of climate change on tourism and recreation". En: Schlesinger, M.; Kheshgi, H.; Smith, J.; de la Chesnaye, F.; Reilly, J.; Wilson, T. & Kolstad, C. Human - Induced Climate Change. An interdisciplinary assessment. Cambridge University Press, New York, pp. 147-155
- Hayle, C.; Ramjee, D. & Wright, A.** (2010) "Planning for tourism resilience in the Caribbean". Journal of Eastern Caribbean Studies 35(1): 36 - 59
- Hopeniene, R.; Railiene, G. & Kazlauskienė, E.** (2009) "Emergence or virtual tourism business system: empirical findings". Economics & Management 14: 780 – 787
- Instituto Nacional de Geografía Estadística e Informática (INEGI)** (2009) "Prontuario de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos. Cozumel, Quintana Roo. Clave geoestadística 23001". México
- IPCC (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático)** (2007) "Climate change 2007: synthesis report". UNEP, Valencia
- Jobbins, G.** (2003) "The effects of stakeholder interactions on capacity for integrated coastal governance in Morocco and Tunisia". Aquatic Ecosystem Health & Management 6(4): 455 - 464
- Kay, J. & Regier, H.** (2000) "Uncertainty, complexity and ecological integrity: insights from an ecosystem approach". En: Crabbé, P.; Holland, A.; Ryszkowski, L. & Westra, L. (eds) Implementing ecological integrity: restoring regional and global environmental and human health. Kluwer, NATO Science Series, Environmental Security, Budapest, pp. 121 – 156
- Lim, C. & Cooper, C.** (2008) "Beyond sustainability: optimizing island tourism development". International Journal of Tourism Research 11: 89 - 103

- Lohmann, D.; Tietjen, B.; Blaum, N.; Joubert, D. & Jeltsch, F.** (2012) "Shifting thresholds and changing degradation patterns: climate change effects of the simulated long-term response of a semi-arid savanna to grazing". *Journal of Applied Ecology* 49: 814 - 823
- Lozoya, J.; Sardá, R. & Jiménez, J.** (2011) "Beach multi-risk assessment in the Costa Brava (Spain)". *Journal of Coastal Research* 61: 408 - 414
- Martín, B.** (2009) "Turismo en ecosistemas insulares. Antropología en el Paraíso". Asociación Canaria de Antropología y PASOS, Tenerife
- McDonald, J.** (2009) "Complexity science: an alternative world view for understanding sustainable tourism development". *Journal of Sustainable Tourism* 17(4): 455 - 471
- MARTÍ - The Mesoamerican Reef Tourism Initiative** (2011) "Protegiendo la herencia de Cozumel: Plan de acción para el manejo compartido de un destino de cruceros". Conservation International, H. Ayuntamiento de Cozumel, National Fish and Wildlife Foundation, Cozumel
- Nava, C.** (2008) "Turismo internacional de playa y cambio climático en México". *Revista de la Facultad de Derecho, Universidad Nacional Autónoma de México*, 58(250): 337 - 367
- Newson, D. & Sierra, C.** (2008) "Impactos del turismo sostenible. Buenas prácticas de manejo en Sarapiquí, Costa Rica". Rainforest Alliance, San José
- Posada, C.** (2007) "La adaptación al cambio climático en Colombia". *Revista de Ingeniería* 26: 74 – 80
- Plummer, R. & Fennell, D.** (2008) "Managing protected areas for sustainable tourism: prospects for adaptive co-management". *Journal of Sustainable Tourism* 17(2): 149 - 168
- Ritter, W.; Guzmán, S.; Sánchez-Santillán, N.; Suárez, J.; Corona, C.; Muñoz, H.; Ramos, A.; Rodríguez, R. & Pérez, T.** (2002) "El clima como sistema complejo adaptativo en coevolución". *Ciencia y Mar, Oaxaca*
- Rowe, L.** (2009) "Análisis de mercado para la aplicación de tecnologías de energías renovables y eficiencia energética en hoteles en México, y mercado potencial para el sector financiero". Comisión Nacional para el Uso Eficiente de la Energía (CONUEE), México
- Saarinen, J.; Hambira, W.; Athlopheng, J. & Manwa, H.** (2012) "Tourism industry reaction to climate change in Kgalagadi south district, Botswana". *Development Southern Africa* 29(2): 273 – 285
- Samaniego, J.** (2010) "Cambio climático y desarrollo en América Latina y el Caribe: una reseña". Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), México
- Sánchez, R.** (2014) "Redes ambientales y turismo en el área de protección de flora y fauna Nevado de Toluca. Perspectiva teórica – metodológica desde los sistemas complejos". Tesis de Doctorado en Estudios Turísticos. Universidad Autónoma del Estado de México, México
- San Martín, F. & Salcedo, P.** (2007) "Turismo, sustentabilidad y certificación: un reto global". Trillas, México
- Secretaría de Turismo (SECTUR)** (2006) "Boletín Cuatrimestral de Turismo". México
- Schianetz, K. & Kavanagh, L.** (2008) "Sustainability indicators for tourism destinations: a complex adaptive systems approach using systemic indicator systems". *Journal of Sustainable Tourism* 16(6): 601 - 628

- Scarsoglio, S.; Laio, F. & Ridolfi, L.** (2013) "Climate dynamics: a network- based approach for the analysis of global precipitation". PLOS One 8(8): 1 - 11
- Scott, D.; Wall, G. & McBoyle, G.** (2005) "The evolution of the climate change issue in the tourism sector". En: Hall, C. M. & Higham, J. (eds.) Tourism, recreation and climate change. Channel View Publications, Londres, pp. 44-60
- Scott, D.; McBoyle, G.; Minogue, A. & Mills, B.** (2006) "Climate change and the sustainability of ski-based tourism in eastern North America: A reassessment". Journal of Sustainable Tourism 14(4): 376 - 398
- Scott, D.** (2008) "Climate change and tourism. Responding to global Challenges". Workshop, The Bahamas
- Secretaría de Turismo (SECTUR)** (2011) "Quinto informe de Labores". México pp. 13 -19
- Simpson, M. C.; Gösslig, S.; Scott, D.; Hall, C. M. & Gladin, E.** (2008) "Climate change adaptation an mitigation in the tourism sector: frameworks, tools and practices". UNEP - University of Oxford & UNWTO, París
- Soboll, A. & Dingeldey, A.** (2012) "The future impact of climate change on Alpine winter tourism: a high resolution simulation system in the German and Austrian Alps". Journal of Sustainable Tourism 20(1): 101 – 120
- Soltau, F.** (2006) "Introduction climate change and sustainable development: understanding the linkages". Natural Resources Forum 30: 253 – 255
- Tsounta, E.** (2009) "What attracts tourists to paradise?" Money Affairs, pp. 27 - 50
- Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN)** (2012) "Localización y diseño de hoteles y complejos turísticos: principios y estudios de caso para la conservación de la biodiversidad". Gland
- Urry, J.** (2001) "Globalising the tourist gaze". Department of Sociology, Lancaster University, Lancaster
- Weaver, D.** (2011) "Can sustainable tourism survive climate change?" Journal of Sustainable Tourism 19(1): 5 - 15
- Witt, S. F. & Witt, C. A.** (1995) "Forecasting tourism demand: a review of empirical research". International journal of forecasting 11(3): 447 - 475
- WTO & UNEP** (2008) "Climate change and tourism - Responding to global challenges". Madrid
- Zhou, C.; Luo, Y. & Zeppel, M.** (2013) "System dynamics simulation of soil water resources with data support from the Yucheng comprehensive experimental station, North China". Hydrology Research 44(4): 690 – 705

Recibido el 05 de junio de 2014

Reenviado el 15 de agosto de 2014

Aceptado el 23 de agosto de 2014

Arbitrado anónimamente

IMPACTOS CULTURALES DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR SOBRE EL ROL DEL CHAMÁN Y LOS RITOS MÁGICO-RELIGIOSOS

Enrique Cabanilla*
Universidad Nacional del Sur
Bahía Blanca - Argentina

Un chamán débil fácilmente es vencido, sus seguidores le abandonarán. Le pueden matar o incluso aparcas como si fuera un trasto viejo. Los grandes chamanes, los buenos chamanes, no se retiran, ni capitulan, ni renuncian. Los grandes chamanes kukama no atraviesan la muerte, se van a vivir a las cochas para protegerlas. Un poderoso chamán trabajará con algún heredero al que habrá dejado su poder, mientras él se retira a la cocha.

Cadenas & Berjón (2014)

Resumen. *El presente artículo analiza la relación entre los turistas y los ritos ancestrales, encuentro que se ha intensificado últimamente por la presencia de un nuevo agente llamado turismo comunitario. Se estudia sobre esta nueva forma de exposición de los ritos mágico-religiosos a cargo del chamán, que tienen una importancia simbólica y una carga ancestral. Este nuevo uso turístico, de los ritos chamánicos, ha desembocado en intensivas relaciones que necesitan investigaciones profundas sobre sus impactos, para en base de sus resultados y conclusiones aportar a la sustentabilidad planteada por las comunidades en cuanto a su desarrollo. El rito se desdibuja, en su sobre exposición, como una mercancía que se va adaptando en forma y fondo a diferentes espacios y situaciones. En este nuevo escenario el turista evoca presentaciones puntuales, como hechos de una hiperrealidad amenazadora y voraz. El chamán toma un rol eminentemente turístico (¿un guía de turistas?) en un proceso que pone a prueba la fortaleza de los modelos que sustentan la propuesta de desarrollo turístico comunitario. En el escenario mercantilizado del turismo se han provocado impactos que pueden ser determinantes para asegurar una mínima integridad cultural en los chamanes y en sus prácticas, por lo cual la pregunta central a resolver es ¿cuál es el impacto que el turismo comunitario ejerce sobre los ritos mágicos religiosos?*

PALABRAS CLAVE: *chamanismo, turismo comunitario, antropología del turismo, ritos con ayahuasca, impactos culturales.*

Abstract: *Cultural Impacts of Community Based Tourism in Ecuador on the Role of the Shaman and Magical-Religious Rites. This article analyzes the relationship between tourists and ancestral rites, encounter which has lately intensified by the presence of a new agent called community based tourism. This study shows a new form of exposure of magical-religious rites performed by the shaman, which have a symbolic and an ancestral importance. This new "tourism" use of shamanic rituals, has led to deeper relationships that need intensive research on its impacts, to contribute to sustainability*

* Magister en Gestión del Desarrollo del Turismo por la Universidad de Especialidades Turísticas, Quito, Ecuador. Candidato a Doctor en Geografía por la Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina. Becario de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, Quito, Ecuador. E-mail: ecabanillav@gmail.com

within communities and in their development. The rite is blurred, as overexposure, as a commodity to be adapted, in form and substance, to different areas and situations. Based on this new scenario, many tourists dream to create, based in just one representation, a voracious hyperreality. The shaman makes an eminently tourist role (such as a tour guide?), in a process that tests the strength of the models that support the proposal for community tourism development. In the commodified tourism scenario, that has caused several impacts that may be crucial ensuring minimal cultural integrity of shamans and their practices, the central question to be resolved is what is the impact that community tourism has on the religious-magic rites?

KEY WORDS: *shamanism, community tourism, anthropology of tourism, ayahuasca rites, cultural impacts.*

INTRODUCCIÓN

La implantación del turismo comunitario en Ecuador

La incursión del llamado turismo comunitario en varios lugares del Ecuador ha ocasionado variedad de impactos, tanto positivos como negativos. Esta modalidad de gestión nace como una respuesta social a un turismo predominantemente fordista (gran empresa), se expande en varios lugares del país a partir de finales los años 70, logrando un boom (crecimiento acelerado) a finales de los años 90 e inicios de la primera década del siglo XXI (Cabanilla, 2004). Es producto directo de la protesta social de la década de los 70, cuando la comunidades indígenas campesinas plantean cambios en sus estructuras organizativas y buscan oportunidades que las integre al tejido del llamado desarrollo.

En este escenario, en el oriente y en la costa del Ecuador nacen las primeras propuestas de una nueva alternativa turística más identificada en la corriente postfordista llamada turismo comunitario, muchas de estas iniciativas registradas principalmente por investigadores norteamericanos como Schaller (1995), Eppler (1996) y Wesche & Drumm (1999). Fue una voz de alerta al mercado turístico, una nueva propuesta integral de gestión que entró sin mayor planificación, capacitación y entrenamiento a la dura competencia establecida en el mercado turístico nacional y mundial.

Años más tarde, la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) junto con representantes de Bolivia, Ecuador y Perú participan en el *Encuentro técnico internacional sobre gestión del turismo sostenible y competitivo: alianzas entre estado, empresa y comunidad*, realizado del 12 al 14 de septiembre de 2001 en Otavalo, Ecuador. Producto final de este encuentro fue una declaratoria que como postulados menciona que el turismo comunitario debe: *“promover las expresiones genuinas de la identidad cultural de los pueblos indígenas, sus valores, símbolos y costumbres, los mismos que constituyen una fuente de diferenciación y competitividad para sus productos turísticos”* (OIT, 2001: 1). Además del mandato de los países signatarios a la OIT, tomó forma la primera asociación de turismo comunitario en Latinoamérica llamada *Federación plurinacional de turismo comunitario del*

Ecuador (FEPTCE), que posteriormente, bajo decreto del Ministerio de Turismo, se configuró como una organización sin fines de lucro y cuya misión es: *“promover y fortalecer las iniciativas de turismo comunitario en el Ecuador, respetando su racionalidad y favoreciendo su posicionamiento e identidad propia en el sector turístico nacional, mediante mecanismos transparentes de cogestión técnica y financiera”* (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2003 en Cabanilla, 2004: 53).

En 2003 se firmó la Declaración de San José de Costa Rica, que tiene varias pautas y parámetros para el fortalecimiento del turismo comunitario (Cabanilla, 2005). Los signatarios, representantes de varias comunidades, manifestaron como su deseo que su *“cultura y sus diversas formas de expresión permanezcan vivas y auténticas, y se revitalicen gracias a los encuentros interculturales que propiciamos. Abrigamos la esperanza que el diálogo entre diferentes culturas contribuya al entendimiento entre los pueblos y a la edificación de una cultura universal de paz”* (OIT, 2003: 1). Las comunidades presentan un modelo muy vinculado a exponer la cultura como un atractivo turístico competitivo, entendiendo como cultura la concepción de E. B. Tylor (1871) que la enmarca como un complejo total, objeto de estudio de la antropología, que incluye conocimientos, creencias, artes, moral, costumbres y cualquier otra habilidad adquirida por los individuos como miembros de la sociedad. El turismo comunitario convierte su espacio y su cultura en un objeto turistificable. Complementariamente será la mirada y la percepción del turista, con su propia cultura, quien valida estas ofertas turísticas presentadas por las comunidades (Urry, 1990). Dentro de esta *totalidad* cultural presentada por la comunidad a su oferta turística, se encuentran los ritos chamánicos que son objeto de estudio en esta investigación, que junto con la mirada del turista visualizan una desvalorización agresiva del rito y de sus procesos y recursos.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

El concepto de turismo comunitario en construcción y su amplia oferta en varios países latinoamericanos

El turismo comunitario está en auge, sin embargo, muchos autores concuerdan que al momento este modelo de gestión carece de bases conceptuales fuertes y con amplia discusión en el ámbito académico. El turismo comunitario se enmarca, según definición de Barbaza (1970), como un tipo de planificación *espontánea* que se caracteriza por una aparición no planeada por varias razones como el poco auspicio y asistencia de los responsables del turismo en una región, o por débiles alianzas entre actores (públicos, privados, académicos y comunitarios) comprometidos para el desarrollo sostenible de un espacio. La espontaneidad, en su implantación, ha generado variedad de conceptos sobre el turismo comunitario. Uno de éstos corresponde al elaborado por la FEPTCE en el 2002, que con pequeñas modificaciones se mantiene vigente hasta la actualidad:

“Turismo comunitario es toda actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros,

propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados” (FEPTCE, 2002 citado por Cabanilla, 2004: 52).

En un segundo concepto hay un relacionamiento con otras nociones, como el caso del turismo justo, turismo equitativo y turismo responsable, por lo cual se plantea que se debe trazar un consenso conceptual para cada caso, dicho concepto manifiesta que el turismo comunitario:

“es aquel producto específico cuya principal motivación es el encuentro intercultural de calidad y mutuo interés con la población local y en el que la producción está sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados, para el bienestar de sus miembros” (Palomo, 2006: 14).

Finalmente, dentro de esta muestra, se presenta el concepto bajo el cual se calificó el turismo comunitario en el *Registro de centros de turismo comunitario* del Ministerio de Turismo del Ecuador:

Se entenderá por actividad turística comunitaria el ejercicio directo y exclusivo de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo por parte de las comunidades legalmente acreditadas, organizadas y capacitadas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009: 2).

Se evidencia multiplicidad de conceptos que no tienen significados reales o preestablecidos por lo cual pueden conducir a una anarquía conceptual (De Vaus, 2002), por lo tanto es importante identificar ideas similares para armonizar las diferentes propuesta, como:

- El turismo comunitario se expone como una actividad económica,
- Presenta su cultura y su relación con la naturaleza, como atractivos principales en la relación visitante – anfitrión,
- Enfatiza sobre el grado de control y aceptación de la actividad en la comunidad ejecutora – local,
- Determina la dirección que deben tomar los beneficios generados, con un criterio unificado al desarrollo equitativo de sus miembros, y
- Difunde la idea de poner en valor sus recursos (patrimonio comunitario), para su uso turístico.

Para este artículo se asumirá al turismo comunitario como un modelo de acción colectiva institucionalizada en el territorio de cada comunidad que lo alberga, que nace como una acertada respuesta y exigencia de las comunidades para dejar de ser objetos pasivos de un modelo fordista del turismo para convertirse en actores activos de un modelo postfordista de desarrollo territorial, en todas las etapas de la implantación. Auspiciado por un modelo de planificación incluyente y bajo

políticas estatales de auspicio para su desarrollo podría convertirse en un elemento clave para lograr indicadores de desarrollo relevantes como por ejemplo los objetivos del milenio de Naciones Unidas. No pretende reemplazar las actividades productivas presentes en las comunidades, sino incorporarse junto con las mismas en un tejido armónico que fortalezca la cadena productiva local. No es una actividad turística, ya que por ser un modelo de gestión territorial, cada comunidad puede escoger de un vasto listado de actividades turísticas aquellas que le sean factibles de operación. De igual forma no es un servicio, ya que cada comunidad podrá elegir por aquel servicio turístico que se adecue a sus decisiones para implantar una iniciativa turística en su espacio. Manifiesta firmes principios y políticas para mantener un desarrollo armónico y sostenible de esta actividad en sus territorios y en su cultura, invita a un intercambio solidario, al cuidado medioambiental y a un manejo económico que genere nuevas riquezas en sus comunidades. Uno de los fines del modelo es la generación y redistribución de los nuevos ingresos, tanto operativos como de utilidades finales de gestión, en aquellos aspectos que se hayan decidido de forma consensuada. Aunque se lo asocia con otros conceptos como los de turismo solidario, justo, sostenible, entre otros, el turismo comunitario tiene elementos diferenciadores en su concepción histórica y territorial que le dan una significación única que sin embargo mantiene similitudes con los anteriormente expuestos.

En Ecuador hay variedad de proyectos, iniciativas, empresas, asociaciones y redes de turismo comunitario, lo que fortalece la percepción de una presencia masiva. A continuación se presenta un listado (Tabla 1) de las redes de turismo comunitario operativas en el país.

Tabla 1: Algunas redes de turismo comunitario en Ecuador

Nombre de la red	Área de cobertura	Dirección en Internet
Federación plurinacional de turismo comunitario de Ecuador. FEPTCE.	Todo el país	http://www.feptce.org/
Red de Solidaria de Turismo Comunitario en las Riberas del Río Napo. REST.	Provincias de Orellana y Sucumbios	http://www.rest.ec/index.php/es/
Red de Turismo Huataraco – Suno. RETHUS.	Provincia de Orellana	http://www.puerta-yasuni.com/
Red de turismo comunitario del austro Pakariñan.	Provincias de Loja, Azuay, Cañar, zamora	http://www.redpakarinan.com/
Red de turismo comunitario Saraguro Rikuy.	Provincia de Loja	http://www.turismosaraguro.com/
Red de turismo comunitario del pueblo Cañari Sumak Pacha.	Provincia de Cañar	http://www.turismocanar.com/que-le-gustaria-hacer/turismo-comunitario
Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo. CORDTUCH.	Provincia de Chimborazo	http://www.cordtuch.org.ec/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=29
Red indígena de comunidades del Alto Napo para la convivencia intercultural y el ecoturismo. RICANCIE.	Provincia del Napo	http://ricancie.nativeweb.org/inicio.html
Corporación provincial de turismo comunitario de Sucumbíos. CORTUS.	Provincia de Sucumbíos	http://www.cortus.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=71&Itemid=115
Red eco turística Intag.	Provincia de Imbabura	http://www.intagturismo.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=30
Red de turismo comunitario Atuntaqui	Provincia de Imbabura	http://www.imbaburaturismo.gob.ec/cantones.php?vamenu=10005&id_organizacion=43

Fuente: FEPTCE (<http://www.feptce.org>) e Internet

Estas redes están vinculadas con más de 250 emprendimientos, dato que comparado con las aproximadamente 60 registradas al 2006, denotan una tasa de crecimiento superior al 300% en apenas 8 años.

METODOLOGÍA

El turismo comunitario y su relación con el chamanismo forman un fenómeno complejo y muy comentado por los visitantes, por lo cual se recogen de forma empírica las experiencias de los turistas con la ayahuasca y el chamanismo. Al mismo tiempo se recolectó evidencia sobre la oferta turística de ritos chamánicos con bebidas sagradas, más una muestra de videos comentados en Internet con información del producto turístico y mensajes de los turistas.

La investigación sobre este tema debe ser transparente y sistemática para satisfacer las necesidades de las comunidades en cuanto a sus inquietudes sobre los impactos de esta actividad productiva local. Esta investigación es explicativa por cuanto se plantea determinar las relaciones causa-efecto del turismo comunitario en Ecuador sobre el rol del chamán y los ritos mágico-religiosos. Se primó el uso del método mixto (cuantitativo y cualitativo) como una alternativa coherente y alineada a los objetivos, utilizando diversas herramientas como:

- a. El análisis bibliográfico, para fortalecer el marco teórico y recuperar toda la información secundaria de cada comunidad,
- b. Recopilación, sistematización y evaluación de datos estadísticos para el desarrollo del de la oferta del turismo místico en las comunidades ecuatorianas, y
- c. Entrevistas a personas claves en la comunidad y a expertos calificados sobre la oferta real y el consumo del turismo mágico-religioso comunitario.

RESULTADOS

El proceso de implantación espontánea del turismo comunitario ha impactado sobre el rol y el rito chamánico

El acelerado proceso de implantación en el territorio del turismo comunitario ha permitido una rápida *mercantilización* de varios elementos de vida socio-cultural de las comunidades indígenas. Cabe por ejemplo citar el caso de los ritos chamánicos, que primero se establecen como un recurso, para luego (posterior a su puesta en valor) convertirse en parte de la actividad productiva. Como chamanismo para este artículo se ha optado por un enfoque que prioriza su carácter religioso (Tylor, 1871), pero sin descartar su performatividad mágica que le acompaña (Rasmunssen, 2004).

En muchos casos el turismo comunitario ha ocasionado la banalización de los ritos mágico – religiosos, encargados al chamán, asignándole un nuevo rol en la comunidad denominado “*chamán*

turístico", que sería un personaje perturbado e intervenido por una actividad económica, que además de sus ocupaciones sagradas deberá ahora ocupar un rol en la producción de la experiencia a los visitantes (turistas) a manera de un guía nativo. Esta aproximación de *"la búsqueda de lo exótico se está convirtiendo en un proceso autodestructivo debido a la abrumadora influencia del observador sobre lo observado. En otras palabras, la misma presencia del turista haría al nativo menos exótico y tradicional, transformándolo en un "touree", o bien un actor que modifica su comportamiento en función de la percepción de lo que es atractivo para el turista. Según ellos: el touree, en definitiva, en la medida en que responde a los turistas lo hace para preservar su negocio con una ilusión creíble de autenticidad. Él finge su arte, su vestido, su música, su baile, su religión, y así sucesivamente, para calmar la sed étnica y de autenticidad de los turistas, quienes al mismo tiempos son parte de la invasión turística que asalta la cultura local y la somete al proceso de homogeneización que se conoce como modernización"* (Grünewald, 2002: 1009).

Para fundamentar este resultado es indispensable el análisis del rol del chamán partiendo de conceptos recogidos por otros científicos sociales como antropólogos, sociólogos y psicólogos, quienes han estudiado la figura e importancia de éste en la vida de las comunidades. La información sobre la presencia del chamán y sus rituales ha sido coleccionada y difundida por muchos viajeros en varias partes del mundo donde se observa que el chamán, sin ser un mago, domina el fuego y otros elementos; sin ser un *medicine man*, utiliza varias técnicas propias para curar a los comuneros. Según Mircea Eliade *"el chamán domina "sus espíritus" en el sentido en que él, que es un ser humano, logra comunicarse con los muertos, los "demonios" y los "espíritus de la naturaleza", sin convertirse por ello en un instrumento suyo"* (Eliade, 1976: 5). Un grave error es suponer que los pueblos han adoptado al chamanismo como su única religión. Las religiones cristianas y no cristianas lo sobrepasan constantemente. Los chamanes son seres que se singularizan en el seno de sus respectivas sociedades por determinados rasgos. Sería más razonable situar al chamanismo entre las prácticas místicas que en lo que habitualmente se llama religión (Eliade, 1976).

Para el caso documentado del pueblo shuar en Ecuador el chamán es conocido como uwisihiñ (hombre sabio, en su lengua) y es considerado una persona que tiene poderes para curar enfermedades para las cuales no existen medicinas. En sus trances son capaces de ver claramente que enfermedad tiene la persona. Son individuos que desean hacer el bien para que lo recuerden con cariño. Es el heredero elegido por otro chamán entre los miembros de la comunidad, por su habilidad y su compromiso para entrar en un proceso de entrenamiento fuerte y al mismo tiempo mágico. Dice sobre sí mismo un chamán shuar: *"lo que más me da satisfacción es cuando han venido los enfermos y después de verles por medio del natem y curarles amanezco les veo que se levantan y comen"* (Mukuink et al., 1997: 11). El natem es una preparación a partir de la liana conocida como ayahuasca que se encuentra en diversas regiones amazónicas del Perú, Brasil, Bolivia, Ecuador, Venezuela, Paraguay y Colombia.

El chamán no tiene el poder para curar todas las enfermedades. Cuando él mira, con la ayuda del natem, que la enfermedad lo supera, manda al paciente a otro chamán más fuerte. Se reconocen como seres buenos, pero también mencionan que hay algunos que hacen el mal mandando sus tsentsak a enfermar a otras personas. En este caso la curación no será con hierbas medicinales, como para una enfermedad, sino será sacando, absorbiendo al tsentsak y enviándolo de vuelta donde el chamán que inició este proceso. Él no es un curandero cualquiera, pues conoce las plantas curativas y el uso de diversos procedimientos terapéuticos empleados por los curanderos; pero lo propio del chamán es diagnosticar y curar recurriendo a una experiencia extática (que está en éxtasis, o que lo tiene con frecuencia) que lo pone con fuerzas o potencias espirituales (Schobinger: 1997).

Del tsunki, del cual los chamanes reciben los poderes, se anota lo siguiente: *“tsunki es la gente del río. No es wakan (espíritu), es persona, su cuerpo tiene la piel blanca como la piel de los gringos, saben salir uno u otro a estar sentados en el río... nunca hace daño. Cuando lo encontramos así, luego en el sueño se encuentra amigablemente con nosotros y si nosotros le preguntamos algo, si le decimos por ejemplo yo quiero ser chamán, él nos enseña”* (Mukuink et al., 1997: 25). Un chamán mencionó que *“los poderes que tengo los he recibido del arutam tsunki, un ser misterioso y primer chamán mitológico. Yo soy consciente que recibo ayuda de otros poderes sobrenaturales* (Antun et al., 1991: 98). Tsunki se aparece a muchas personas, los contacta en sueños para darle algún mensaje, navega en una gran boa por el río y recoge a personas, mujeres, niños, ancianos, para llevarlos donde él vive. De aquí, que aquellos que han sido elegidos por él prefieren no salir, pues manifiestan que es un lugar especial. Es generalmente bueno, pero puede causar daño si le molestan demasiado. (Mukuink et al., 1997). Con este poder el chamán en el mundo shuar tiene varias funciones sociales (muchas de estas comunes entre los chamanes sudamericanos) como ser *“intermediario entre el hombre y los dioses... [Es quien] asegura el respeto de las prohibiciones rituales, defiende a la tribu de los malos espíritus... Revela acontecimientos futuros”* (Eliade citado por Benítez, 1980: 248).

El medio que los sumerge al estado en el cual pueden comunicarse con los espíritus es el natem. El natem es un bejuco al cual se lo hace hervir con las hojas de otro bejuco, el yaji. El chamán manifiesta que al tomar *“el natem, canto y llamo a mis tsentsak para que al tomarlo, mi estado de borrachera sea más fuerte y poder curar”* (Mukuink et al., 1997: 14-15). Hay dos formas de preparar el natem, ceremonia que no puede ser realizada por cualquiera, estando excluidos de forma tácita niños, mujeres y ancianos: *“en el primer caso lo prepara el que sabe, es más espeso y lo toma el chamán. En un segundo caso se hace más aguado para que lo tome toda la familia y puedan ver al arutam si la suerte los acompaña”* (Antun et al., 1991: 103). La expansión del uso de esta bebida psicoactiva también llamada ayahuasca (término de origen quechua, que significa liana o bejuco del alma) en las poblaciones indígenas y mestizas de la Amazonía se ha considerado el fenómeno más importante de la cultura de drogas psicoactivas consideradas sagradas en la última década (Labate et al., 2002).

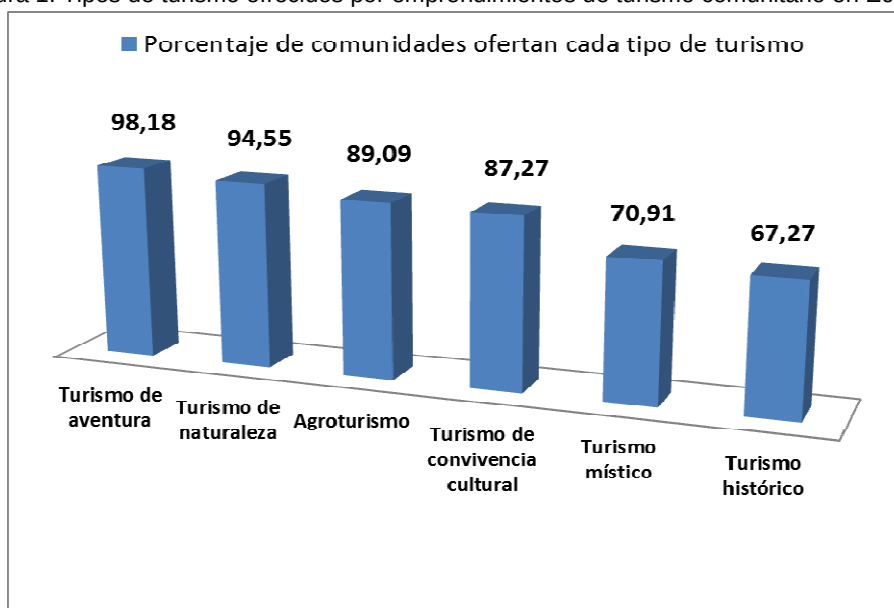
La morfología de la cura chamánica sudamericana es la misma en casi todas partes. Exige sahumerios con tabaco, cánticos, masajes en la parte enferma del cuerpo, la identificación de la causa de la enfermedad – merced a la ayuda de los espíritus auxiliares – y por último la extracción del objeto patógeno por medio de la succión (Eliade, 1976). Para el caso shuar el chamán cuando está listo ingiere el natem, canta y se recuesta hasta sentir su *borrachera*, estado en el cual se comunica con los espíritus. Cuando llega al trance, le proporcionan otras plantas, que las usa como abanicos, para espantar del cuerpo del enfermo su dolencia (los malos espíritus) mientras sigue cantando. Cuando él mira que este primer paso es suficiente, traga un pedazo de tabaco y le pregunta al enfermo el lugar de su dolor para absorber los malos tsentsak y curarlo (Mukuink *et al.*, 1997). Unas veces será suficiente con una sesión, pero otras necesitarán refuerzos o incluso, como se mencionó anteriormente, enviarlo a otro chamán que tenga tsentsaks más fuertes.

Los poderes del chamán radican en sus tsentsak, que son eminentemente espirituales. En una clasificación en el mundo shuar se dice que hay de tres tipos de tsentsaks:

- a) los propiamente llamados tsentsak que producen o curan enfermedades por otro espíritu de su misma especie,
- b) los llamados tunchi, que son espíritus ayudantes del chamán y,
- c) Los llamados pasuk que son espíritus defensores del chamán, sus guardianes.

El chamán pasa, desde su iniciación, por un permanente proceso para tener más cantidad de tsentsak, pues no todos sirven para lo mismo. Hay tsentsak de lagartija, de mono chorongó, alacrán, lombriz, boa, hormiga, pez, del diablo, entre muchos otros. El poseer más tsentsaks, vuelve más poderoso el chamán y más efectivas sus curaciones (Mukuink *et al.*, 1997).

Figura 1: Tipos de turismo ofrecidos por emprendimientos de turismo comunitario en Ecuador



Fuente: (Cabanilla, 2004: 24)

Este rito de la ayahuasca, tan potente por sí mismo, sagrado y con una simbología social permanente, no está excluido de los atractivos turísticos que ofrecen las comunidades. En un estudio del 2003, en el cual se investigaron a 57 proyectos de turismo comunitario en Ecuador, se observó que 7 de cada 10 ofrecían experiencias chamánicas dentro de su oferta permanente de actividades turísticas, como un subtipo llamado turismo místico (Figura 1).

Como se evidencia en la Figura 1, modalidades como aventura, naturaleza, convivencia cultural y agroturismo, tenían mayor presencia como productos turísticos locales, pero las comunidades reconocían que lo relacionado con sus mitos y ritos religiosos era un atractivo que generaba grandes expectativas en el turista. La Tabla 2 presenta un desglose de las actividades ofertadas dentro del turismo místico, se observa que los ritos oficiados por un chamán son aquellos con más demanda.

Tabla 2: Actividades detectadas en iniciativas de turismo comunitario en Ecuador

Actividad	Porcentajes de comunidades que ofertan la actividad
Visita a chamanes	43,64%
Curaciones y ritos con chamanes	47,27%
Visita a lugares sagrados con chamanes	38,18%

Fuente: (Cabanilla, 2004: 27)

Para corroborar que estos datos están vigentes se procedió a realizar una búsqueda en Internet sobre empresas, privadas o comunitarias, que ofrecen turismo místico relacionado al rito de la ayahuasca en diferentes lugares del país, para contactarlas y solicitar información de este producto (Tabla 3).

Tabla 3: Empresas turísticas que ofertan circuitos relacionados con el chamanismo en Ecuador

Empresa/persona/organización	Oferta de circuito, precios promedios	Información disponible en
Surtrek	Chamanismo en la selva ecuatoriana. Duración 16 días. Precio de 3.555 USD por persona	http://www.surtrek.com/shaman_rituals_ecuador.html
Selva Vida Travel	Ceremonia de ayahuasca en la selva ecuatoriana. Duración 2 días. Precio de 170 USD por persona	http://selvavidatravel.com/ayahuasca/
Endémica Tours	La experiencia de la ayahuasca en el interior de una caverna sagrada. Duración 1 día. Sin precio de referencia.	http://www.endemicatours.com/tours-end%C3%A9mica/tours-amazon%C3%ADa/ayahuasca-en-la-caverna-sagrada/
Feather Crown	Retiro espiritual para consumo de ayahuasca. Duración 12 días. Sin precio de referencia.	http://www.feathercrown.com/
Juri Juri operadora de turismo	Ceremonia con ayahuasca. Duración 2 días. Precio de 160 USD por persona	http://www.jurijuritours.com/ayahuasca.htm
Ada tours	Chamán tour. Duración 8-9 horas. Precio de 93.75 USD por persona	http://www.adatours.com/countries/ecuador/shaman-tour.html
San Jorge Eco-lodge	Tratamiento con plantas y ceremonia con el chamán. Duración de 1 o 2 días. Sin precio de referencia.	http://www.hostsanjorge.com.ec/english/san_jorge_ecuador_shamanism.html
Ecuador Boutique Travel - Luxury tours in Ecuador	Tour de chamanismo en comunidades del Ecuador. Duración 15 días. Sin precio de referencia.	http://www.ecuadorboutiquetravel.com/shamanismtours
Tsunki	Ritual natemamu. Duración 10 días. Precio de 1.195 USD por persona	http://www.tsunki.com/

Fuente: Internet

Se evidenció una oferta real, fácil de encontrar y de adquirir, provista por operadoras de turismo tanto privadas como comunitarias. La posibilidad de generar impactos es inminente, pues al revisar a fondo cada oferta de estas operadoras no se encontraron indicaciones específicas, ni normas a seguir para asistir a estos eventos, menos aún un código de conducta para los turistas sobre un protocolo específico en estas ceremonias. Esta sobreexposición se extiende a otros países de la región como Perú, Colombia, Brasil, Bolivia, entre otros, en los cuales mediante una breve búsqueda en Internet cualquier persona interesada podrá encontrar basta oferta. Por esto es válido plantear varias interrogantes como si ¿Se está ante un rito-servicio cultural mercantilizado?, ¿Los consumidores (turistas) están conscientes de su rol en este rito-servicio? ¿Se está incubando al chamán turístico, como un actor (touree) de una nueva performance del paquete o tour?

Para aproximar respuestas a estas incógnitas se realizaron varias entrevistas a responsables de emprendimientos comunitarios y a guías de turismo que trabajan en la Amazonía ecuatoriana y de esta forma verificar las consecuencias de esta oferta. A manera de síntesis se destacan tres posiciones:

a. Un grupo de emprendimientos comunitarios mencionaron que ofertan este tipo de actividades, pero el porcentaje de visitantes que lo utilizan no supera el 6% del total de turistas que reciben al año y, además, anotan que las comunidades se sienten algo perjudicadas por el turismo, pues por esta actividad el chamán descuida su rol en la localidad, ya que muestra mayor interés por el dinero que recibe cuando atiende a un turista,

b. Un segundo grupo de comunidades no lo ofertan, ya sea porque la comunidad decidió mantenerlo como un tema exclusivo para los miembros comunitarios o porque dejaron de ofertarlo luego de algún accidente, como el caso de un turista que murió dos días posteriores al haber participado en este rito, por lo que el emprendimiento comunitario tuvo que lidiar con temas policiales. Hechos como el último se observan periódicamente, recientemente un turista inglés murió en Colombia luego de haber participado en un rito con ayahuasca, tras lo cual el chamán manifestó que no hubo inconvenientes durante la ceremonia y que por ello no se cree responsable del hecho (Caracol Noticias, 2014),

c. Finalmente, los guías revelaron que para ellos el riesgo de llevar a un turista a participar en esta ceremonia es muy grande, pues conocen de varios casos en el país que han terminado con accidentes trágicos. Estos profesionales mencionan que existe un abanico de posibilidades, desde comunidades que lo ofertan primando el ingreso económico que obtendrán de este servicio, hasta aquellas sin una oferta formal, pues están más identificadas con sus valores místico-religiosos que con el turismo. Destacan que hay muchos turistas que preguntan sobre este rito, especialmente interesados en conocer datos sobre la ceremonia y su significado. Además reportaron de algunos visitantes que les manifestaron que lo han realizado, impulsados por sentir los efectos de la bebida, sin importar el riesgo que esto pueda implicar en su bienestar.

Un impacto evidente: un turista desvinculado del valor cultural del rito ancestral comunitario y del rol del chamán

Una vez que se verificó la oferta turística efectiva, excesiva y actual de tours en base a los ritos chamánicos, se procedió a recopilar y analizar diversos comentarios de turistas en videos que muestran el rito y el proceso de consumo de la ayahuasca. Estas películas fueron encontradas en múltiples sitios de Internet. Para cada caso se verificó que estén disponibles, sin restricción alguna para ser vistos o descargados desde el sitio que los alberga. De estos videos se eligieron, al azar, diferentes mensajes realizados por personas interesadas en el tema, para posteriormente, evaluar la interacción entre la oferta y la demanda de experiencias místicas que involucren beber ayahuasca con la ayuda de un chamán.

El contenido de los comentarios denota la brevedad con la que se califica y evalúa este rito. Al mismo tiempo, llama la atención la variedad y enfoque de éstos, por lo que a continuación se presenta una muestra de varios mensajes, agrupados por características similares. Un primer grupo de comentarios son:

Narrador 1: "Qué delicia este tipo de droga, es auténtico alimento para el alma y qué imbéciles se ven los que ríen de lo que desconocen. Sólo un loco piensa que puede conocer algo y experimentarlo con la pura teoría (pensamiento de hecho anticientífico)".

Narrador 2: "Tengo una inquietud: una persona que lleve una vida normal ¿tomando ayahuasca, cuanto años de vida promedio llegaría a durar? Lo digo por lo que ustedes explican en sus videos". Comentario a un video que expone que el uso continuo y desregularizado de esta bebida podría afectar capacidades físicas de quien la consume.

Narrador 3, en respuesta a otro narrador, quien manifiesta la existencia de estudios que demuestran la posible dependencia que podría generar el consumo de ayahuasca: "buenos días, créeme que estás algo equivocado, ya que el yagé no crea dependencia a nadie, es sabiduría, es amor, es el padre creador. Yo desmiento tus palabras ya que yo he tomado yagé muchas veces y, hasta el momento, nunca he tenido que depender de yagé para vivir o para estar bien. Es cuestión de sanación, salud y armonía; hay que tomarlo y sentirlo para poder hablar del tema, si no lo has tomado, nada tenés que decir, el desconocer algo no da derecho a negarlo".

Se evidencia una minimización profunda del rito y de su entorno cultural. Los comentarios reflejan que las personas están más interesadas en la bebida como una droga, refleja la ansiedad de alcanzar el éxtasis, como una expresión meramente hedonista. Se minimizan los impactos físicos y se niega la existencia de riesgos asociados.

Un segundo grupo de comentarios exteriorizan lo siguiente:

Narrador 4: “Es un trabajador (el chamán) por la consciencia divina. Esto, así como el uso de las plantas sagradas, está más allá de la comprensión de los explotadores materialistas. La humanidad perdió la compasión hacia la naturaleza. Perdió su conexión con Dios. Estamos viendo el resultado. No pretendemos cambiar el mundo, pero nuestra actitud determinará nuestra propia fortuna. Qué bueno conocer esta clase de curanderos en Perú. Excelente video. Excelentes personas”.

Narrador 5: En respuesta sobre si la ceremonia puede ser grupal “Si se puede en parejas, generalmente el chamán y la chamana los pone alejados si la sesión es de 8 ó 10 personas ya que hay un vínculo fuerte y eso puede afectar el viaje. Para sesiones en Costa Rica, busca ayahuasca Costa Rica en Facebook ¡saludos!”

Narrador 6: Sobre una persona preguntando donde encontrar un chamán en la selva peruana “Ve a Iquitos y habla con la persona más anciana que encuentres. Él te informará sobre un verdadero brujo, recuerda que el ayahuasca solo puede ser tomado bajo la supervisión de un brujo verdadero. No vayas a donde llevan a los turistas. Si quieres ir preparado lee este libro que habla sobre todo esto, puede llegar a ser confuso pero hará que tu interés sea mucho mayor: Las tres mitades de Ino Moxo y otros brujos ancestrales (César Calvo). Este libro es una experiencia propia sobre el ayahuasca”. Posiblemente el narrador se refiere al texto Las tres mitades de Ino Moxo y otros brujos de la Amazonía del peruano César Calvo, quien en una novela cuenta sus experiencias de consumo de ayahuasca y su encuentro con chamanes, en diversos viajes, realizados como turista con motivaciones de investigación, dentro del Perú.

Narrador 7: “Podrían pasar datos de buenos lugares donde realizar la experiencia, porque he sabido de unos pocos que la han pasado mal, mujeres que han sido violadas y todo esto hecho por falsos chamanes. Por eso sería bueno que quien ya ha tenido la experiencia en un buen sitio pasara el dato”.

Esta serie de comentarios evidencian el cambio del rol del chamán, desde lo comunitario hacia lo turístico. La gente los califica como buenos o malos, tal como si fueran un guía o una persona de servicio. Hay un contraste entre quienes tienen un óptimo perfil, pues la gente solicita recomendaciones sobre buenos proveedores. Paradójicamente se recomienda a lo alejado del turismo, donde podría haber cierto control sobre el riesgo, como los mejores lugares para consumir ayahuasca.

Un tercer grupo de mensajes dicen:

Narrador 8: “Alguien sabe ¿de qué página web habla concretamente al principio del video? estoy interesada en experiencias con la ayahuasca. Creo que es una planta que ayuda a ser conscientes

de quienes somos realmente y nuestra relación con el universo. Odio y digo odio las drogas (adormecen y aborregan al ser humano) pero la ayahuasca no la veo como una droga para nada”.

Narrador 9: “¿Cómo consigo una planta de ayahuasca?”

Narrador 10: “El LSD es una sustancia química diseñada, la ayahuasca es natural (y es el psicoactivo natural más potente), te repito tomé LSD y ayahuasca y no tienen punto de comparación, cuando estás en un viaje de ayahuasca realmente ves cosas que no están ahí, con el LSD lo que me pasó es que veo cosas que se deforman un poco o las ves de una forma distinta, con la ayahuasca si cerrás los ojos es como si estuvieras en un sueño lucido”.

Narrador 11: “¡Que viaje! ¡Está interesante!”.

Narrador 12: “Excelente. Yo tuve 2 hermosas experiencias con los honguitos, en Huautla de Jiménez, Oaxaca. Créanme que mi vida cambió. Creo que en México también tenemos grandes plantas que nos llevan a experimentar eso”.

Este grupo de comentarios evidencia la facilidad con la que se provee y se busca información de lugares a donde concurrir para consumir ayahuasca junto con un chamán; al mismo tiempo se evidencia, nuevamente, la minimización del rito al enfatizar solo los efectos de la droga y no el concepto cultural.

Finalmente se comparte un cuarto grupo de notas traducidos de su idioma original (inglés):

Narrador 13: “Creo que usted subestima el peligro de tomar ayahuasca sin un guía. La ayahuasca en sí tiene muchas propiedades curativas, pero también le abre al lado oscuro de la vida. El chamán o curandero actúa como una guía para ayudarlo a navegar de forma segura, sobre todo con el sonido, el olor y las palabras. La ayahuasca actúa como un espejo, que responde a lo que usted muestra. Por supuesto, la experiencia es muy personal y muy difícil de describir con palabras, pero yo nunca la utilizaría sin asesoramiento de un experto”.

Narrador 14: “No deseo hacerlo nuevamente, sólo estoy tratando de explicar cómo cambió totalmente mi vida para mejor, para que yo pudiera salir de un lugar con tanta desesperanza y encontrar a Jesús. Ahora todo lo que quiero hacer es amar a la gente que Dios salvó, porque me salvó cuando yo estaba en lo más oscuro. Y le doy las gracias de que no tengo que consumir hongos, nunca más, para aprender acerca de mi vida; también, estoy agradecido de que me dejó experimentar para que pudiera fortalecer el amor que tengo por él”.

Narrador 15: “Oh, madre ayahuasca parece que es bastante brutal. Quiero decir que estoy seguro de que es una experiencia increíble, pero yo solo consume hongos, pues este medicamento me

asusta. Un día, cuando sea el momento adecuado, mi hija mayor y yo iremos a suramérica y participaremos en una ceremonia. Esperemos que la planta le llame también a ella, no voy a obligarla. Vamos a ver, no me puedo imaginar una mejor experiencia de unión, entre los dos”.

Esta serie de comentarios enfatizan los posibles estragos o contraindicaciones físicas que puede resultar de la ingesta de la ayahuasca. Muestran algún signo de respeto a la manifestación cultural y, en otros casos, miedo por las posibles consecuencias de su consumo, se enfatiza el rol del chamán como guía de esta experiencia.

Del conjunto de mensajes analizados se obtuvieron varias concepciones repetitivas, que demuestran el impacto del turismo sobre el hecho cultural. Se observa que el turista:

- Muestra una fuerte desconexión entre el rito de la ayahuasca y el rol del chamán con lo percibido y comentado por los consumidores reales o potenciales.
- Tiene un desconocimiento general de los principios culturales y sus alcances; no se encuentran referencias al rito, ni tampoco se menciona de forma contundente la importancia del chamán. En varias ocasiones se relaciona al chamán con un proveedor, más no como el eje central de la experiencia.
- Manifiesta una fuerte tendencia a asociarlo con el desplazamiento turístico, por cuanto se nombran varios lugares como los lugares indicados para tener esta experiencia.
- Menciona una vinculación del rito con el autodescubrimiento y con el crecimiento personal del turista.
- Asocian al consumo de la planta con drogas que pueden ayudar en tratamientos médicos, hecho que aún está en discusión académica, por lo cual no está confirmado.
- Comenta sobre beneficios exclusivamente hedonistas, alejados de la concepción cultural del rito. Una mezcla entre lo que realmente es el chamanismo y su desvirtualización por la necesidad occidental de crear un hecho híbrido para sus fines espirituales o de sanación (Fotiou, 2010).
- Mira al chamán como un guía, por lo cual nuevamente se debe preguntar si actualmente ¿El chamán turístico es un guía que deberá preocuparse por la calidad de servicio que tienen los turistas o tan sólo es la figura central del hecho cultural?

Para aportar a las posibles respuestas de la pregunta planteada en el último punto, se debe clarificar que lo insubstancial del rito, el cual contiene como recurso el uso del natem o ayahuasca, es el tema en discusión. De las evidencias encontradas se observan comentarios por parte de los turistas carentes del conocimiento integral sobre la verdadera performance que implican estas ceremonias, cuya representación ancestral constituye una unidad de texto y representación, ninguna de éstas reducida a la otra. El turismo ha tomado ventaja sobre esta performance, que quiere siempre una audiencia, lo que podría incluir seres sobrenaturales, así como los de vida mundana de - actores,

sujetos, espectadores y rituales, entre otros (Turner, 1979), por lo que esta mercantilización ha trastocado el rito para crear nuevas representaciones adecuadas al turista.

La sobre exposición del ritual lo han llevado a los límites de una hiperrealidad concebida como un estado donde a fuerza se da matices de fantasía a los hechos reales en la cabeza del consumidor, en este caso el turista. *“...la infraestructura que crea un objeto, memoria o paisaje artificial, al cual consideramos como real, puede ser interpretado a partir de la hiperrealidad y la simulación. Se trata de una construcción que socialmente termina por aceptarse como una realidad. En este sentido, la distinción entre realidad y ficción, entre mundos reales y posibles, queda ambigua. Lo importante es la satisfacción del turista”* (Figuerola & López, 2010: 6). Por otro lado, si no se proponen códigos de conducta o nuevos métodos de representación, bien se podría estar presenciando la génesis de un rito que se convertirá en un *“no lugar, donde... las imágenes (y en este caso el rito) se encuentran en cierto sentido saturadas de humanidad: son producidos por hombres, y son frecuentados por hombres, pero se trata de hombres desvinculados de sus relaciones recíprocas, de su existencia simbólica”* (Augé, 2003: 91). No importaría donde se realice el rito chamánico, ni en qué contexto, la voracidad de consumo por los turistas la habrán desvirtuado hasta convertirla en un no lugar.

CONCLUSIONES

Las evidencias indican que hay un impacto negativo en el rol del chamán por la oferta de experiencias ligadas al consumo de ayahuasca. Ya sea porque él se ha transformado más en un *touree*, que en el guía espiritual de la comunidad. Las razones son diversas siendo los ingresos económicos personales y la demanda continua de estos servicios por los grupos de turistas, las más relevantes. Sin embargo, cabe anotar que estos ritos no son utilizados por la mayoría de los turistas de los centros de turismo comunitario, ya sea por el riesgo fatal que ha tenido sobre varias turistas o porque las comunidades han decidido mantener esta ceremonia privada para fines exclusivamente comunitarios. Si se llegare a un acuerdo para no alentar la participación de los turistas en este tipo de ritos, más en cambio realizar charlas culturales en las comunidades que poseen estos ritos ancestrales, donde el chamán explique el proceso y su significado cultural, seguramente la satisfacción de la mayoría de turistas se incrementará y probablemente los ingresos no se verán afectados por la no oferta de este servicio.

Se debe profundizar en estudios sobre el uso de la ayahuasca, especialmente en procesos fuera del mundo indígena, para que quienes la demanden y consuman conozcan sus efectos y condiciones de uso. Hay que valorar el uso local de esta planta desde el relativismo cultural, como un hecho inherente a la comunidad y no mercantilizado a sus visitantes temporales; quienes al no pertenecer a esa cultura, deberían respetar los valores culturales sin invadir estos espacios por mera satisfacción personal. Al mismo tiempo que se recomienda difundir los significados y símbolos culturales indígenas de los ritos mágico-religiosos, para que estos sean parte de la información previa que el turista dispone antes de su arribo a la comunidad. En Ecuador ha proliferado la oferta de este ritual

fuera del mundo indígena, lo cual desvirtúa aún más su importancia ancestral, evidenciando aún más el irrespeto intercultural necesario para el crecimiento colectivo como nación pluricultural.

Es importante profundizar propuestas que ayuden a configurar un servicio turístico que respete, a la vez que comparta de forma solidaria, los conocimientos ancestrales de los pueblos indígenas. El turismo comunitario tiene diversidad de tipologías turísticas para ofrecer como ecoturismo, turismo cultural, turismo de aventura, turismo deportivo, que pueden ser brindadas con menor riesgo que el que implica el consumo de alucinógenos como la ayahuasca. Las comunidades deben contar con asistencia técnica para crear centros de gestión cultural, independientes del turismo, que regulen el uso de los recursos culturales y establezcan indicadores para monitorear permanentemente posibles impactos irreversibles. De esta manera el entorno académico contribuirá con investigación aplicada para que en un marco de libertad de decisión, sean las comunidades las que decidan sobre la forma de ejecución de las diferentes actividades turísticas, que se podrían ofertar a aquellos visitantes que están interesados en profundizar su conocimiento sobre la vida comunitaria.

El turismo comunitario debe ser analizado con mayor profundidad junto a todas sus variables desde diferentes ópticas, tal como demuestra ser: un fenómeno complejo. Es importante apurar este tipo de investigaciones y aportes, especialmente aquellas que pueden contribuir activamente a los procesos de innovación. Todos estos estudios deben fortalecer un modelo que auspicie los principios del desarrollo local sostenible, con estrategias que sean ejecutadas desde la óptica comunitaria y que busquen minimizar los efectos negativos que al momento causa un turismo espontáneo y no planificado en la cultura de las comunidades.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antun, R. & Chiriap, V.** (1991) "Tsentsak". Editorial Abya Yala, Quito
- Augé, M.** (2003) "El tiempo en ruinas". Gedisa, Barcelona
- Barbaza, Y.** (1970) "Trois types d'intervention du tourisme dans l'organisation de l'espace litoral". *Annales de géographie* 79(434): 446-469
- Benítez, F.** (1980) "Los indios de México". Ediciones Era, México D.F.
- Cabanilla, E.** (2004) "El turismo comunitario en el Ecuador. Situación y tendencias actuales". FEPTCE, OIT y UCT, Quito
- Cabanilla, E.** (2005) "Turismo comunitario. Marca competitiva del Ecuador". Turismo, patrimonio y desarrollo (TURPADE), Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería Gastronomía y Turismo, México D.F.
- Cadenas, M. & Berjón, M.** (2014) "La renuncia del Papa en territorio kunama". Servicios en comunicación intercultural Servindi. Disponible en: <http://servindi.org/actualidad/84825#more-84825>
Fecha de acceso: 3 de marzo 2014

- Caracol Noticias** (2014) "Habló taita que presenció ritual de yagé en el que murió joven británico". Disponible en <http://www.noticiascaracol.com/nacion/video-322472-hablo-taita-presencio-ritual-de-yage-el-murio-joven-britanico> Fecha de acceso: 15 de marzo 2014
- De Vaus, D.** (2002) "Surveys in social research". Psychology Press, Sidney
- Eliade, M.** (1976) "El chamanismo y las técnicas arcaicas del éxtasis". Fondo de Cultura Económica, México
- Eppler, M.** (1996) "Ante el desafío global de la participación comunitaria en el ecoturismo: Estudios y lecciones del Ecuador". América Verde, documentos de trabajo nº 2, Arlington
- Figuerola, M. & López, L.** (2010) "Los imaginarios del turismo en el marco del Bicentenario". Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales. Disponible en <http://topofilia.net/figuerola-lopez.pdf> Fecha de acceso: 3 de noviembre 2014
- Fotiou, E.** (2010) "From medicine men to day trippers: Shamanic tourism in Iquitos, Peru". Disertación doctoral, Universidad de Wisconsin, Madison
- Grünewald, R.** (2002) "Tourism and cultural revival". *Annals of Tourism Research* 29(4):1004-1021
- Labate, B.; Araujo, E. & Sena, W.** (2002) "O uso ritual ayahuasca". Mercado das letras, Campinas
- Ministerio de Turismo del Ecuador** (2009) "Registro centros de turismo comunitario". Quito
- Mukuink, M. & Tukup, F.** (1997) "Sueños visiones y poder". Nº. 9, Editorial Abya Yala, Quito
- Oficina Internacional del Trabajo - OIT** (2001) "Declaración de Otavalo sobre el turismo comunitario". Ginebra
- Oficina Internacional del Trabajo – OIT** (2003) "Declaración de San José de Costa Rica". Ginebra
- Palomo, S.** (2006) "El turismo justo y la creación de sistemas de producción de servicios turísticos responsables". *Estudios turísticos* 168: 7-46
- Rasmussen, S.** (2004) "Shamanism: An encyclopedia of world beliefs, practices, and culture". *ABC-CLIO* 1: 161-168
- Schaller, D.** (1995) "Indigenous ecotourism and sustainable development. The case of Rio Blanco, Ecuador". Master thesis, University of Minnesota, Minneapolis
- Schobinger, J.** (1997) "Arte Prehistórico de América". Jaca Book, Milán
- Turner, V.** (1979) "Process, performance, and pilgrimage: a study in comparative symbology". Concept publishing company, New Delhi
- Tylor, E.** (1871) "Primitive culture: researches into the development of mythology, philosophy, religion, art, and custom". John Murray, Londres
- Urry, J.** (1990) "The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies". Collection theory, culture & society, Sage Publications, Londres
- Wesche, R. & Drumm, A.** (1999) "Defending our rainforest: a guide to community based ecotourism in the Ecuadorian Amazon". Fundación Acción Amazónica, Quito

Recibido el 03 de abril de 2014

Reenviado el 10 de julio de 2014

Aceptado el 18 de julio de 2014

Arbitrado anónimamente

Documentos

Especiales

DE BARRIO SUR A PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD

Patrimonialización del barrio histórico de Colonia del Sacramento – Uruguay

Laura Ibarlucea*
Centro Latinoamericano de Economía Humana
Montevideo, Uruguay

Resumen: Este artículo presenta y analiza el proceso de patrimonialización del casco histórico de Colonia del Sacramento y su relación con el turismo, en la medida que es uno de los principales destinos turísticos del Uruguay. Para tal objetivo se parte del concepto de patrimonialización desarrollado por Jean Davallon (2012), base teórica principal del artículo, que permite identificar las principales etapas del proceso en el caso analizado a partir de un trabajo de relevamiento documental y bibliográfico. Este proceso es, en gran medida, paralelo al de consolidación de la ciudad y la región en la que se encuentra como atractivo turístico. El trabajo se inicia con una brevísima presentación de los rasgos de la ciudad para luego abordar el desarrollo del sitio en tanto patrimonio y el paralelo proceso de desarrollo del turismo cultural. Entre los elementos que se identifican como centrales para caracterizar el área como patrimonio se trabaja el concepto de dispositivo memorial, cuya apropiación por parte del turismo parece confirmar la estrecha vinculación entre patrimonio y turismo en el caso de estudio.

PALABRAS CLAVE: patrimonio cultural, patrimonialización, turismo cultural, turistización, Colonia del Sacramento.

Abstract: From Barrio Sur to World Heritage: Patrimonialization of the Historic District of Colonia del Sacramento (Uruguay). The following article presents and analyzes the process of patrimonialization of historic district of Colonia del Sacramento and its relation with tourism, as it is one of the main tourist destinations in Uruguay. For this, the concept of patrimonialization developed by Jean Davallon (2012) becomes central. It is the main theoretical basis of the article, which allows to identify the main stages in the case analyzed from work documentary and bibliographical survey. This process is parallel to the consolidation of the city and its region as a tourist attraction. The paper begins with a brief presentation of the features of the city and then addresses site development in both heritage and the parallel process of development of cultural tourism. Among the elements identified as central to characterize the area as heritage, it uses the concept of memorial device, whose

* Máster en Museología por la Universidad de Valladolid, España. Maestranda en Memoria Social y Patrimonio cultural en la Universidad Federal de Pelotas, Brasil. Profesora de Historia para Enseñanza Media por el Instituto de Profesores Artigas de Montevideo, Uruguay. Se desempeña como investigadora y docente en el Centro Latinoamericano de Economía Humana, Montevideo, Uruguay. E-mail: libarlu@gmail.com

appropriation by tourism seems to confirm the close link between heritage and tourism in the study case.

KEY WORDS: *cultural heritage, patrimonialization, cultural tourism, touristification, Colonia del Sacramento.*

INTRODUCCIÓN

Desde 1995 el barrio histórico de Colonia del Sacramento, ciudad capital del departamento de Colonia, uno de los 19 en que está dividido administrativamente el Uruguay, forma parte de la Lista del Patrimonio Mundial de la Humanidad de UNESCO. Su condición actual es el resultado de un largo proceso de transformación en la valorización y recuperación de un conjunto de bienes, fundamentalmente inmuebles, en una pequeña área de unas dieciocho hectáreas. El trabajo que se desarrolla a continuación procura dar cuenta de cómo se produjo ese proceso y cuáles pueden ser considerados sus momentos fundamentales. A la vez se procurará describir cómo se fueron estableciendo las relaciones, en este caso concreto, entre el carácter patrimonial del sitio y las actividades turísticas que en él se desarrollan.

En una síntesis muy sucinta -y del todo provisoria, a modo de presentación- puede decirse que el relato patrimonial en torno al barrio histórico de Colonia del Sacramento se basa en la organización narrada de algunos conceptos (más o menos históricamente configurados): ciudad colonial fundamentalmente portuguesa (aunque esta concepción tiene poco que ver con la realidad, en la que los elementos efectivamente portugueses son muy escasos) que convive con la de lugar de coexistencia de *lo portugués* y *lo español*; frontera histórica y puerto, hoy espacio de vínculo con Buenos Aires; y la nada desdeñable idea de Patrimonio de la Humanidad. Complementariamente, este vocabulario patrimonial explícito está acompañado de un conjunto, no menos importante, de silencios u *olvidos*: la ausencia de conflicto; sobre la esclavitud y las culturas no coloniales; etcétera. En la perspectiva que este trabajo se propone, estos *olvidos* podrían considerarse patrimonios no activados o potenciales.

El trabajo que sigue procura reconstruir el proceso de patrimonialización del barrio histórico, es decir, el proceso de construcción de la narrativa patrimonial. Se entiende éste como un relato ordenado a posteriori que atribuye un valor específico y nuevos sentidos a los objetos (en este caso, fundamentalmente bienes inmuebles: edificaciones y espacios urbanos) y los carga de valor patrimonial. Así,

Lo que llamamos “patrimonio” es el conjunto de significados e interpretaciones que surgen de la relación mediática entre el objeto-soporte y los individuos, por lo tanto, el patrimonio resulta de esta relación en el momento mismo de la interpretación, lo que supone su constante reactualización. Sin

esta actualización permanente, el significado, entonces, puede perderse y el objeto volver a su estado inicial de artefacto artístico, arquitectónico, antropológico, etc. Es importante entender que, como construcción social, el patrimonio no es el objeto, el artefacto, sino la significación simbólica que le da un grupo social. (Dormael, 2011: 8)

Para la identificación de las principales etapas del proceso de patrimonialización del barrio histórico de Colonia del Sacramento se ha hecho un relevamiento de fuentes primarias y secundarias disponibles. Las principales fuentes fueron consultadas en archivos de la ciudad de Colonia del Sacramento, la biblioteca de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de la República Oriental del Uruguay y de la Biblioteca Nacional de Uruguay.

Paralelamente, será necesario identificar las formas en que se ha narrado el barrio histórico como destino turístico; en este caso ha sido necesario no solo identificar cómo es comunicado hoy sino que habrá que desandar las formas actuales para tratar de recuperar el proceso de conformación de esta narrativa. De alguna manera es necesario reconstruir el proceso por el cual el sitio se transformó en un *destino turístico*, es decir que se podría hablar del proceso de *turistización*. En cierta forma se trata de identificar cómo se configura el relato turístico, de qué terminología y formulaciones se nutre y cómo estas son aplicadas al caso concreto de análisis, todo ello articulado intrínsecamente con el proceso de patrimonialización.

De este modo puede establecerse un paralelismo entre el proceso de patrimonialización, que supone la activación de los bienes culturales patrimoniales, y el de turistización, es decir la conversión de un sitio en recurso turístico a través de la conformación de atractivos turísticos. En ambos casos se produce una transformación del significado de los lugares por la cual adquieren nuevos usos, se los segrega atribuyéndoles valor diferenciado de otros similares. Cuando un sitio, una actividad o una creación humana, se transforman en atractivo turístico su valor de uso se modifica, por agregación o sustitución, y se incorporan de un modo nuevo al mercado, convirtiéndose en bienes de consumo. De este modo, este trabajo también describe, al menos en forma general, el proceso por el cual Colonia del Sacramento, particularmente de su barrio histórico, se constituye en un atractivo turístico. En ese sentido, es razonable afirmar que la narrativa turística recoge gran parte de la del patrimonio para caracterizar a la ciudad como destino turístico cultural. De ese modo, Colonia, no exclusivamente la capital, se transformó tempranamente en el proceso uruguayo –alrededor de la década de 1930– en un área de atracción turística alternativa y complementaria a la de sol y playa, enfatizando el discurso del turismo cultural, estrechamente articulado con el valor patrimonial.

Resulta interesante que este fenómeno de la valorización patrimonial y, en paralelo, turística del área haya ocurrido en épocas en que el barrio Sur (actual área patrimonial) era conocido como una zona marginal de la ciudad. La cercanía del puerto y las malas condiciones en las que se encontraban muchos edificios ambientó la instalación de algunas actividades semi clandestinas vinculadas a la prostitución. Aún así, la mayor parte de los pobladores del barrio hasta la década de

los años 1970 pertenecían a las clases trabajadoras. Con el proceso de valorización del sitio, esa población fue desplazada por intelectuales de clase media, muchos de ellos argentinos, que se instalaron temporal o definitivamente en la pequeña ciudad vecina a Buenos Aires.

LA CONFIGURACIÓN PATRIMONIAL DE UN SITIO: EL PROCESO DE PATRIMONIALIZACIÓN

A efectos de definir un marco teórico para analizar el proceso de patrimonialización del barrio histórico de Colonia del Sacramento se ha optado por tomar el modelo configurado fundamentalmente por Jean Davallon (2012). Así, se entiende que el proceso por el cual los bienes o manifestaciones culturales son incorporados al repertorio patrimonial se configura a partir de una serie de operaciones, fundamentalmente simbólicas, que les dan contundencia y los legitiman como tales. En este sentido, la patrimonialización es clave como acción de activación. Es el proceso por el cual los bienes (reales o ideales) se constituyen como operadores en la construcción de la identidad puesto que se los dota de un estatuto particular como representaciones de un conjunto de valores que les son reconocidos (Davallon, 2012: 42). La patrimonialización es el conjunto de operaciones que ocurren para transformar el estatuto del bien cultural.

De acuerdo a Davallon (2012: 44), cuando se refiere al régimen de patrimonialización para los bienes materiales, estas operaciones o gestos son: el “hallazgo”; el estudio; la declaración; la representación (reconstrucción) del mundo de origen a través del objeto; la puesta a disposición del objeto al acceso del colectivo; y la transmisión. El tenor de estas operaciones es diverso, aunque todas responden al universo de lo simbólico, las hay asociadas a la esfera de los sentimientos (el “hallazgo”, por ejemplo) mientras otras que pertenecen al espacio académico (tal los casos del estudio o la reconstrucción del mundo de origen) o al jurídico (la declaración). Simultáneamente, las relaciones entre estas operaciones son transversales y de mutua influencia y reforzamiento.

Mediante la patrimonialización el bien adquiere un nuevo estatuto que define nuevas maneras de vinculación con él, diferentes a las establecidas originariamente, nuevos usos y nuevos significados que implican una relación distinta. La patrimonialización (el conjunto de operaciones que la componen) es el mecanismo por el cual se produce esa transformación, de esta forma:

*El objeto patrimonial no es un objeto sino un **dispositivo**. [...] ese dispositivo tiende a transformarse en un elemento de memoria social. Ponerlo a disposición, exponerlo o usarlo como pretexto para la edición, tiende a hacerlo un elemento portador de un saber convertido en memoria, en recuerdos compartidos por los miembros del grupo, en soporte de un deber de memoria, en soporte de aquello que se debe conocer o saber cuando se es miembro de una cultura. (Davallon, 2012: 50. subrayado en el original, traducción de la autora)*

NARRATIVA PATRIMONIAL Y DISPOSITIVOS MEMORIALES EN EL BARRIO HISTÓRICO DE COLONIA DEL SACRAMENTO

El repertorio patrimonial en el barrio histórico de Colonia del Sacramento se configura en torno a un conjunto de hitos o marcas, tanto discursivas como materiales, patrimonializadas que operan como *dispositivos memoriales*. Entendidas de este modo las prácticas patrimoniales desarrolladas en Colonia del Sacramento, es necesario definir a qué refiere el concepto de dispositivo e intentar distinguir de qué modo esta categoría se aplica a las formas de acción de la memoria. A fin de aclarar mejor esta reflexión se incluirán algunos ejemplos de lo que se considera cabe incluir en ese conjunto de los dispositivos memoriales, específicamente aquellos que se inscriben en el repertorio físico de la ciudad.

Si, como se ha dicho, la patrimonialización determina un cambio de estatus de los bienes, a su vez, este cambio implica una modificación de las conductas impuestas a los sujetos en relación al bien. Tal es el caso de cómo se configura la narrativa patrimonial y su vínculo con la constitución de la identidad –en el caso del barrio histórico de Colonia del Sacramento es importante recordar, además, que esta constitución identitaria está atravesada por el carácter de Patrimonio mundial que acompaña al sitio–. Como parte del repertorio patrimonial uruguayo, Colonia del Sacramento, ha configurado su narrativa a partir de un conjunto hitos o, de lo que se ha denominado aquí, dispositivos memoriales.

Los dispositivos memoriales como categoría de análisis pueden definirse partiendo de la concepción de dispositivo sugerida por Foucault a lo largo de gran parte de su obra y por quienes han interpretado al filósofo francés (Deleuze, 1990; Agamben, 2011). Así, para Foucault, un dispositivo es:

[...] un conjunto resueltamente heterogéneo que compone los discursos, las instituciones, las habilitaciones arquitectónicas, las decisiones reglamentarias, las leyes, las medidas administrativas, los enunciados científicos, las proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas. En fin, entre lo dicho y lo no dicho, he aquí los elementos del dispositivo. El dispositivo mismo es la red que tendemos entre estos elementos. [...] Por dispositivo entiendo una suerte, diríamos, de formación que, en un momento dado, ha tenido por función mayoritaria responder a una urgencia. De este modo, el dispositivo tiene una función estratégica dominante [...]. He dicho que el dispositivo tendría una naturaleza esencialmente estratégica; esto supone que allí se efectúa una cierta manipulación de relaciones de fuerza, ya sea para desarrollarlas en tal o cual dirección, ya sea para bloquearlas, o para estabilizarlas, utilizarlas. Así, el dispositivo siempre está inscrito en un juego de poder, pero también ligado a un límite o a los límites del saber, que le dan nacimiento pero, ante todo, lo condicionan. Esto es el dispositivo: estrategias de relaciones de fuerza sosteniendo tipos de saber, y [son] sostenidas por ellos. (Agamben, 2011: 229).

En tal sentido, los *dispositivos* son instrumentos fundamentales de control de las conductas sociales. Asimismo definen las relaciones entre los sujetos y los objetos, entre los sujetos y lo no

dicho, así como las relaciones intersubjetivas. Esenciales para la teoría del poder de Foucault, los dispositivos son los artefactos fundamentales del control: el hospital, la escuela, el hospicio, la cárcel, etcétera, pero también los discursos que los definen, los circulan y los relacionan.

Los dispositivos son respuestas, prácticas o mecanismos (cristalizados en forma de instituciones físicas o de discursos legitimados) para determinar un efecto más o menos inmediato (Agamben, 2011: 254), es decir que son "[...] *un conjunto de praxis, de saberes, de medidas y de instituciones cuya meta es gestionar, gobernar, controlar y orientar –en un sentido que se quiere útil– los comportamientos, los gestos y los pensamientos de los hombres*" (Agamben, 2011: 256).

De este modo, la perspectiva de Giorgio Agamben (2011) amplía el espectro definido por Foucault, e incorpora dentro de la categoría de dispositivo otros elementos además de los incluidos por el filósofo francés.

Agamben llama [...] *dispositivo a todo aquello que tiene, de una manera u otra, la capacidad de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar y asegurar los gestos, las conductas, las opiniones y los discursos de los seres vivos. No solamente las prisiones, sino además los asilos, el panoptikon, las escuelas, la confesión, las fábricas, las disciplinas y las medidas jurídicas, en las cuales la articulación con el poder tiene un sentido evidente; pero también el bolígrafo, la escritura, la literatura, la filosofía, la agricultura, el cigarro, la navegación, las computadoras, los teléfonos portátiles y, por qué no, el lenguaje mismo, que muy bien pudiera ser el dispositivo más antiguo, el cual, hace ya muchos miles de años, un primate, probablemente incapaz de darse cuenta de las consecuencias que acarrearía, tuvo la inconsciencia de adoptar.* (Agamben, 2011: 257-258)

A partir de esa concepción de dispositivo se ha buscado definir los dispositivos memoriales, a efectos de este trabajo, como elementos materiales y discursivos, que configuran la narrativa del barrio histórico de Colonia del Sacramento. Estos elementos, articulados en una red de significaciones, operan como modeladores de gestos, conductas, opiniones y relaciones de los sujetos con el medio. Son memoriales en la medida que el tipo de conductas que modelan refiere a la representación del pasado de una cierta forma prescriptiva, por lo tanto se trataría de una meta-representación del recuerdo compartido.

La ciudad es el mayor dispositivo de memoria que ha constituido la humanidad, puesto que es en ese complejo entramado heterotópico (espacial) y heterocrónico (temporal) donde surge la vida colectiva y la cultura, las relaciones y los procesos de subjetivación, la construcción y exteriorización de las memorias, y sus diversas representaciones y encarnaciones. El espacio público de la urbe, como escenario de confrontación de diversos lenguajes políticos provenientes tanto de las narrativas oficiales de la gubernamentalidad como también de las colectividades y minorías en las cuales se inscribe la ciudadanía, evidencia la construcción y convergencia visual de múltiples dispositivos de memoria. (Villalba Storti, 2012: 212)

En un intento de definir la categoría dispositivo memorial para el barrio histórico de Colonia del Sacramento y limitándose a los elementos materiales, se incluye en este conjunto a los componentes de la semántica urbana y urbanística, que enuncian y articulan una versión entre muchas de lo que Colonia del Sacramento es. En este sentido, operan tanto como instrumentos de activación memorial cuanto de desactivación o, lo que es lo mismo, de olvido. Estos dispositivos memoriales (a los que se ha denominado provisoriamente, y a falta de una terminología más ajustada, como públicos y privados) contribuyen a dar un carácter peculiar al barrio histórico de Colonia del Sacramento, su singularidad.

La idea de dispositivo memorial, tal como se ha pretendido definir en los párrafos precedentes puede clarificarse si se considera que tiene cierta proximidad con el concepto de imagen identificativa (*image identifiante* en el idioma original del autor) desarrollado por Marc Augé para designar las imágenes que se producen para representar la *identidad local*, un patrimonio, una historia, etcétera:

Las imágenes “identificativas” son el equivalente actual de las imágenes “edificantes” del ayer. Ya no buscan “edificar” a los individuos, instruirlos, construirlos para identificarlos progresivamente al ideal cristiano y moral compartido, sino identificar a las colectividades, vincularlas a las raíces de la historia, fortalecer y asentar su imagen, mistificarlas para que los individuos, a su turno, puedan identificarse con ella. (Augé, citado por Rinaudo, 2005: 56)

Como efecto colateral, la singularidad del espacio configurado a través de los dispositivos memoriales o de estas imágenes identificativas, ha contribuido a transformar a Colonia del Sacramento en un destino turístico interesante. De esta manera, los dispositivos memoriales actúan o se convierten en dispositivos turísticos cuando son apropiados por la narrativa del turismo.

Definidos así, los dispositivos memoriales como categoría de análisis aplicada al caso concreto podrían permitir identificar las claves de la narrativa patrimonial (y consecuentemente una de las dimensiones de la narrativa memorial), que ha resultado del proceso antes descrito de patrimonialización. De este modo parece posible distinguir los rasgos específicos de esa narrativa y el análisis de cómo se articulan las diversas formas de apropiación de ella. La circulación entre un conjunto de dispositivos memoriales de la acción pública y un conjunto subsidiario de dispositivos memoriales de la acción privada parece reconocible. También resulta razonable suponer que esto daría cuenta de que existe una representación compartida de la memoria entre los agentes públicos y privados.

En las páginas que siguen se ha tratado de identificar algunos de los elementos que pueden considerarse como dispositivos memoriales para el barrio histórico. Inicialmente, y solo a efectos descriptivos, parece posible distinguir dos tipos de dispositivos memoriales articulados en el caso del barrio histórico de Colonia del Sacramento: de una parte, un conjunto compuesto por bienes y artefactos materiales que tienen una legitimación pública oficial y son el resultado de una acción

expresa para su configuración y, por otro lado, otro conjunto que es, como se verá, subsidiario del anterior pero diferente a él y que está compuesto por las apropiaciones privadas –o no oficiales, aunque exhibidas públicamente– del lenguaje (particularmente visible en viviendas y comercios del barrio histórico de Colonia del Sacramento) que se articulan con las anteriores y recogen, reconfiguran y resemantizan, algunos de los elementos más genéricos de los dispositivos memoriales de la acción pública, y constituyen un cierto vocabulario típico de la ciudad. A su vez entre los primeros, es posible identificar, algunos cuya existencia no es introducida a partir de la configuración del discurso patrimonial, sino que son resultado del devenir histórico –las distintas capas temporales reconocibles en la ciudad– y otros, en cambio, que son resultado de la acción pública de adecuación de la ciudad una vez que esta se constituye como objeto de apropiación patrimonial (a partir de la década de 1960 fundamentalmente y en relación a las actuaciones de reconstrucción y adecuación de la ciudad vieja por parte del Consejo Ejecutivo Honorario). En principio se incluyen en esta categoría (en una lista amplia pero no definitiva), un conjunto de fenómenos que se ha denominado provisoriamente como dispositivos memoriales de la acción pública: la trama urbana, la arquitectura vernácula y sus formas de conservación actual (Fotografía 1), las reconstrucciones de la muralla y la Puerta del Campo, el circuito de museos de la ciudad vieja, el equipamiento urbano (bancos, faroles, luminarias, cartelería urbana) y la nomenclatura de las calles y espacios públicos (Fotografía 2).

Fotografía 1: Arquitectura colonial portuguesa, vivienda humilde, conserva parte significativa de la obra original en pisos, paredes, dinteles y tirantería, actualmente sede del Museo Nacarello



Fuente: Fotografía de la autora

Fotografía 2: Luminaria urbanas instaladas por la intendencia de Colonia



Fuente: Fotografía de la autora

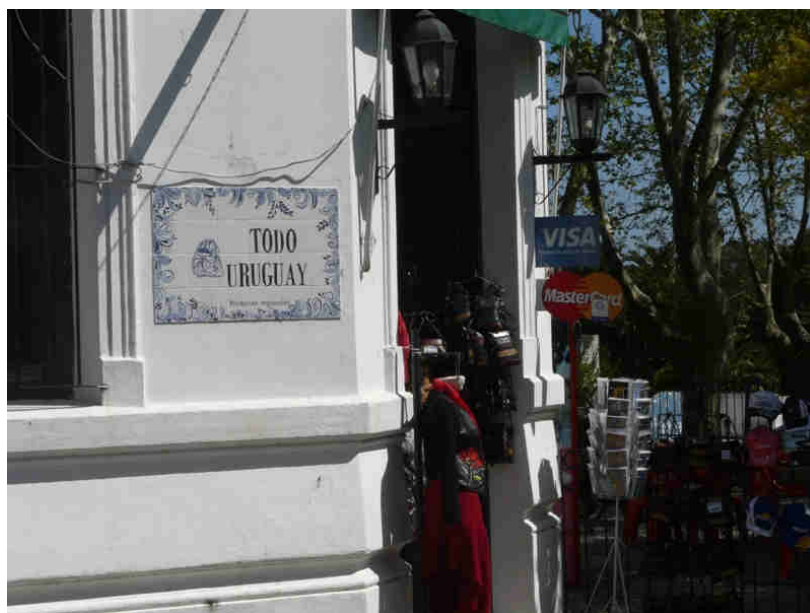
El otro conjunto, el que se constituye con las intervenciones privadas, contribuye fuertemente a la definición de la apariencia de la ciudad. En principio, estas actuaciones no oficiales hacen una interpretación propia del lenguaje patrimonial, suponen una apropiación de lo que conciben como *colonial* y adecuan la realidad a esas imágenes identificativas. Su generalización define los rasgos de la ciudad, tanto como las operaciones de la administración pública. En este rango se inscriben: la opción por la piedra vista en las fachadas (Fotografía 3), cierto tipo de equipamiento doméstico para uso exterior o visibles desde el exterior de las viviendas y comercios (faroles, bancos, plantas ornamentales, cortinas, vehículos, muebles, etc.), tipografías y cartelería comercial (Fotografía 4), souvenirs, etcétera.

Fotografía 3: Fachada de una vivienda privada, piedra a la vista



Fuente: Fotografía de la autora

Fotografía 4: Cartelería Comercial



Fuente: Fotografía de la autora

El concepto de dispositivo memorial, en el caso de los espacios urbanos supone la confluencia de la memoria pública con la privada. En la construcción de la memoria pública, el patrimonio cultural constituye uno de los componentes fundamentales. El patrimonio cultural es una representación pública, y de pretensiones comunitarias, del pasado y, como tal, configura una metamemoria colectiva (CANDAU, 2009 y 2011), es decir define qué y cómo se debe recordar. Los dispositivos memoriales enumerados antes son objetos cuya función es activar una cierta memoria, en el caso de la memoria pública, son objetos de uso o de lectura pública, que suponen intervenciones materiales expresas para definirlos y determinar las respuestas que deben surgir de ellos. A su vez, son apropiados y refuncionalizados para ser usados de forma variada por agentes no públicos, En este sentido puede darse la reflexión acerca del paso de los dispositivos memoriales de la acción pública a los dispositivos memoriales de carácter privado.

En este último sentido, se podría considerar que en cierto modo la apropiación y refuncionalización de las representaciones simbólicas que son las imágenes identificativas y su uso por los habitantes del barrio vienen a ser el aporte de esta generación a las capas que, como un palimpsesto, cubren el territorio de la ciudad. En este sentido, uno de los valores del barrio histórico es la permanencia continua de población. Cada generación intervino sobre el área, contribuyendo a configurar su perfil. En la actualidad, la forma de habitar el espacio está cruzada por una peculiar manera de vinculación con el pasado, atravesada por la concepción actual de patrimonio.

DE BARRIO SUR A PATRIMONIO MUNDIAL DE LA HUMANIDAD. PATRIMONIALIZACIÓN DEL CASCO HISTÓRICO DE COLONIA DEL SACRAMENTO

En diciembre de 1995 el barrio histórico de Colonia del Sacramento fue incorporado a la Lista del Patrimonio Mundial de la Humanidad. De cierta manera este era el colofón de un trabajo largo y complejo asumido por varios emprendedores del patrimonio (Lamy, 2012: 143). En efecto, la consolidación del barrio histórico de Colonia del Sacramento como patrimonio cultural valioso tiene una historia de varias décadas. Si consideramos las etapas definidas por Davallon (2012) sería posible identificar algunos momentos de esa historia y atribuirles sentidos asimilables a los del autor francés.

El proceso por el cual el casco histórico de la ciudad comenzó a ser considerado de valor, es decir la emergencia del sentimiento de valoración del sitio por su significación fundamentalmente histórica, a la que Davallon denomina hallazgo, puede rastrearse a comienzos del siglo XX. Las primeras manifestaciones en tal sentido fueron enunciadas tempranamente a través de organismos de prensa especializada como la Revista de la Sociedad de Arquitectos del Uruguay, la Revista de la Sociedad de Amigos de la Arqueología o la propia Revista histórica. La preocupación por promover acciones que protegieran el casco histórico del peligro representado por *“la piqueta fatal del progreso”* (Collazo & Soliño, 1930), se tradujo en notas de prensa, artículos técnicos y propuestas concretas de acción durante las primeras décadas del siglo.

En 1917 Enrique Durán Guani y Mauricio Cravotto, apenas recibidos como arquitectos publicaron un artículo en la revista *Arquitectura* de la SAU, ilustrado con fotografías, sobre la arquitectura colonial a partir de un viaje de reconocimiento a Colonia del Sacramento. Se trata de una detallada descripción de la arquitectura y la estructura urbana del barrio antiguo, pero también llaman la atención sobre el valor que el barrio histórico tiene, desarrollan algunos principios generales sobre criterios de conservación y la necesidad de promover acciones para su conservación. Si bien el lenguaje utilizado corresponde a la época, el texto trasunta la preocupación conservacionista que está en la base del concepto de patrimonio desarrollado por la comunidad internacional en las décadas siguientes. En este sentido resulta elocuente la valoración que hacen cuando relatan la conducta de Ceballos al tomar la plaza en 1777:

[...] *Respondiendo posiblemente a un Zeballos [sic] comenzó casi inmediatamente una inconcebible y sistemática destrucción de la ciudad, creyendo con esto aplacar para siempre las ambiciones de otros conquistadores, pero sin prever que una acción semejante impediría posteriormente, cimentar la tradición y apreciar el valor arquitectónico de una época anterior.* [...] (Durán Guani & Cravotto, 1917: 81)

Posiblemente esta preocupación tuviera que ver con la evidencia de las transformaciones que estaba sufriendo la ciudad a consecuencia de la modernización del país, de hecho, pocos años antes

de la publicación de esa nota, lo que quedaba -algunas ruinas- de la Casa de los Gobernadores habían sido finalmente demolido.

Algunos años después, en 1921 Silvestre Mato, Raúl Montero Bustamente y Gustavo Gallinal, presidente y secretarios, respectivamente, del Instituto Histórico y Geográfico del Uruguay, se dirigían al Concejo de Administración local de Colonia (gobierno local de la época), en reclamo de la necesidad expresa de intervenir en el área para evitar su desaparición, enunciando unos criterios de actuación interesantes.

La ciudad de Colonia, depositaria de tantas y tan valiosas tradiciones históricas y de recuerdos incomparables, lleva impreso ese sello característico en las viejas piedras que aún trasmiten al viajero la sensación pintoresca de su pasado. La conservación de esas reliquias no puede ser obstáculo de ninguna manera para el mejoramiento edilicio y sanitario de la población, ya que llegado el caso de emprenderse reformas u obras urbanas de importancia, no sería sino muy posible llevarlas a cabo, conservando a la ciudad su carácter tradicional, si para ello se levantara un plan de trabajo que tomase en cuenta y respetase esos vestigios. [...] [...] el Instituto [Histórico y Geográfico del Uruguay] se dirige a ese Honorable Concejo [de Administración local de Colonia] con el propósito de interesar vivamente su atención sobre la alta conveniencia local, y aun nacional, de tomar medidas para preservar de su destrucción y ruina definitivas aquellos restos del pasado colonial, de conservar a la ciudad su típico carácter, de restaurar, para salvarlas, dándoles empleo compatible con su índole, algunas construcciones de mayor relieve, y de reunir en un pequeño museo los objetos dispersos de algún valor histórico. (Ihga al Hcalc, 1924, en Capurro, 1928: 277-278)

Poco tiempo después, la Sociedad de Amigos de la Arqueología también se comprometió con la reivindicación de la necesidad de proteger el barrio antiguo de Colonia del Sacramento. De hecho, en 1924 Julio María Sosa, miembro del Partido Colorado (junto al Partido Nacional, uno de los dos partidos tradicionales del Uruguay), parlamentario durante las primeras décadas del siglo XX y miembro del Consejo Nacional de Administración, organismo colegiado a cargo del Poder Ejecutivo en la década de 1920, redactó y propuso al parlamento un proyecto para regular la intervención en el área. En él se proponía que el Estado comprara la zona histórica.

Si el Estado adquiriese ese núcleo de edificación colonial de escaso costo, podría transformarlo en un lugar de singularísimo interés. Sin modificar su estructura edilicia y arquitectural, restaurando inteligentemente algunas casas, conservando todo lo existente de valor tradicional, demoliendo las construcciones que no sean de la época colonial y realizando una obra de higiene indispensable, se obtendría la finalidad que persigo con la iniciativa de esta ley. El barrio quedaría separado de la ciudad moderna de Colonia por una ancha calle circundante y una verja de estilo que permitiera una vigilancia eficaz. (Sosa, 1924, en Capurro, 1928: 278-280)

Más allá del carácter extremo de las medidas propuestas –demoler todo lo no colonial, que lleva a

preguntarse cómo se determinaba esa condición, y separar el casco antiguo del resto de la ciudad con una cerca—, este proyecto representa el primer intento formal de proteger el sitio y parece poner en evidencia la existencia de un sentido patrimonial inicial. Asimismo, muestra el escaso valor inmobiliario que el lugar tenía en la medida que era posible su compra por parte del Estado.

La preocupación por la protección del antiguo barrio estaba fuertemente determinada por el temor de la pérdida de aquello que se consideraba valioso en favor de las innovaciones urbanas. Así lo indica un mensaje de setiembre de 1927 del Consejo Nacional de Administración en reclamo de la aprobación del proyecto de ley de 1924 presentado por Julio María Sosa:

[...] tratando así de evitar que el abandono, la ignorancia o un mal entendido concepto de progreso completen la obra del tiempo, destruyéndola definitivamente [se refiere a la ciudad vieja de Colonia del Sacramento]. Esto último, según informes obtenidos, parece que ocurrirá, pues se programaron obras de pavimentación y algunas otras que concluirán con la fisonomía de aquel barrio histórico. (Capurro, 1928: 281-282)

Resulta interesante considerar, además del proceso de transformación de la ciudad con la modernización, en qué medida el espíritu que se observa en este interés por recuperar y conservar el carácter *colonial* de Colonia del Sacramento coincide con el movimiento cultural conocido como *nativismo*.

El nativismo surge en el comienzo de los años 20. La mirada poética buscaba otros horizontes temáticos y de composición estética. Y no solamente la creación poética sino, como establece el propio Pedro Leandro Ipuche luego de un relato donde narra los albores de la sensibilidad nativista a partir de las publicaciones de Agua del tiempo (1921) de Fernán Silva Valdés, y de su libro Alas nuevas (1922), también algunos músicos (Eduardo Fabini) y artistas plásticos (Pedro Figari), orientaron su creatividad y su exploración estética hacia la “querencia”, hacia el entorno inmediato, no ajeno de una recreación que atraviesa sus obras: “por una verdadera coincidencia providencial, se dio el nativismo simultáneamente en nuestro Uruguay en poesía, en pintura y en música.” (Ciancio, 2013: 20-22)

Esta corriente, fundamentalmente literaria con interesantes derivaciones en otras artes tales como la música y la pintura, tuvo en las exploraciones de algunos arquitectos innovadores —muchos de los cuales estuvieron asociados, más tarde, al movimiento moderno de la arquitectura latinoamericana—, una manifestación vinculada a la búsqueda de la identidad local, para muchos ubicada en las formas coloniales (obviamente reinterpretadas) de relación con el espacio y el territorio (Fotografía 5).

Hacia mediados de la década de 1920 las operaciones de modernización de las ciudades uruguayas estaban en una etapa de alto desarrollo, en el caso de Colonia del Sacramento un símbolo de esta modernidad fue la extensión de la avenida General Flores penetrando el barrio antiguo y

bordeada por edificios emblemáticos del poder público (la sede de la Intendencia, la de la Jefatura Departamental de Policía o la del Banco República, por ejemplo). La traza de la avenida, que continúa la retícula de la ciudad nueva, afecta fuertemente la trama irregular portuguesa (Mapa 1). Ante esta intromisión violenta de la modernidad las voces de protesta se alzaron y, como respuesta, se conformó una comisión de inspección del sitio con el objetivo de evaluar la situación. De este trabajo surgió un informe técnico destinado a dar sustento *“al proyecto de ley que contempla la reconstrucción y conservación de la memorable Plaza Fuerte; y para el futuro, tiene este trabajo la misión de mostrar cómo era [...] la Colonia del Sacramento en el año de 1927”* (Capurro, 1928), que puede ser considerado todavía uno de los trabajos más completos que existen sobre el sitio con abundante documentación técnica, escrita y gráfica.

Esta corriente, fundamentalmente literaria con interesantes derivaciones en otras artes tales como la música y la pintura, tuvo en las exploraciones de algunos arquitectos innovadores –muchos de los cuales estuvieron asociados, más tarde, al movimiento moderno de la arquitectura latinoamericana–, una manifestación vinculada a la búsqueda de la identidad local, para muchos ubicada en las formas coloniales (obviamente reinterpretadas) de relación con el espacio y el territorio (Fotografía 5).

Fotografía 5: La reinterpretación de lo colonial en la arquitectura uruguaya de los años 20. Casa Casabó (Villa Sta. María de la Gracia) del arquitecto Julio Vilamajó, 1925. Montevideo

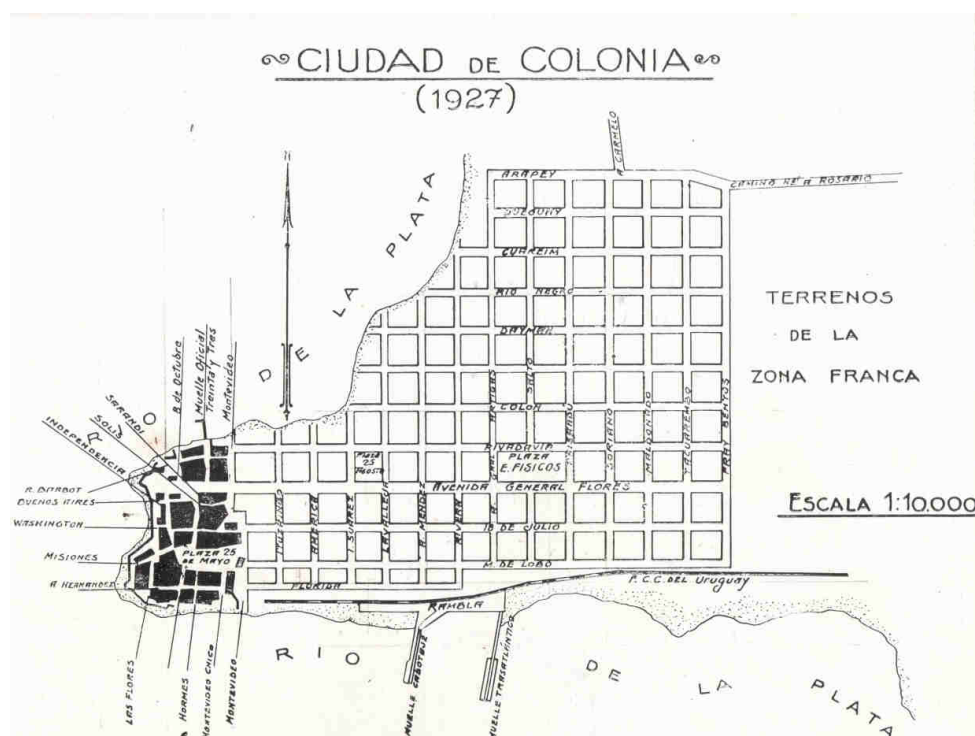


Fuente: Fotografía de la autora

La etapa de *hallazgo* coincidió con la puesta en valor del área asociándola a los orígenes nacionales, en cualquier caso, tempranamente se reconoció una tendencia a destacar algunos rasgos del área sobre otros. En efecto, el criterio ambiguo de *colonial*, evidente en varias de las argumentaciones, no solo no percibe la condición esencialmente híbrida y vernácula tanto de la arquitectura como de la traza urbana, sino que tampoco tiene en cuenta la presencia en el área de población aún antes del período colonial. Independientemente de ello, los aportes técnicos de estos años fueron fundamentales tanto para reconocer el valor del sitio como para conocer mejor esas formas. De hecho en esa etapa se trabajó en la recopilación de la documentación dispersa, en

diversos archivos (de Europa y América del Sur), sobre la fundación y primeras etapas de vida de la ciudad. El ciclo se cerró con un proyecto de ley enviado por el Poder Ejecutivo a la Cámara de Representantes en 1929 para declarar Monumento Histórico el casco histórico.

Mapa 1: Mapa de Colonia del Sacramento de 1927 en el que es visible la traza de la avenida General Flores y su inserción en el casco antiguo tal como se mantiene en la actualidad, nótese que aún no había sido trazado el recorrido de la Ruta 1.



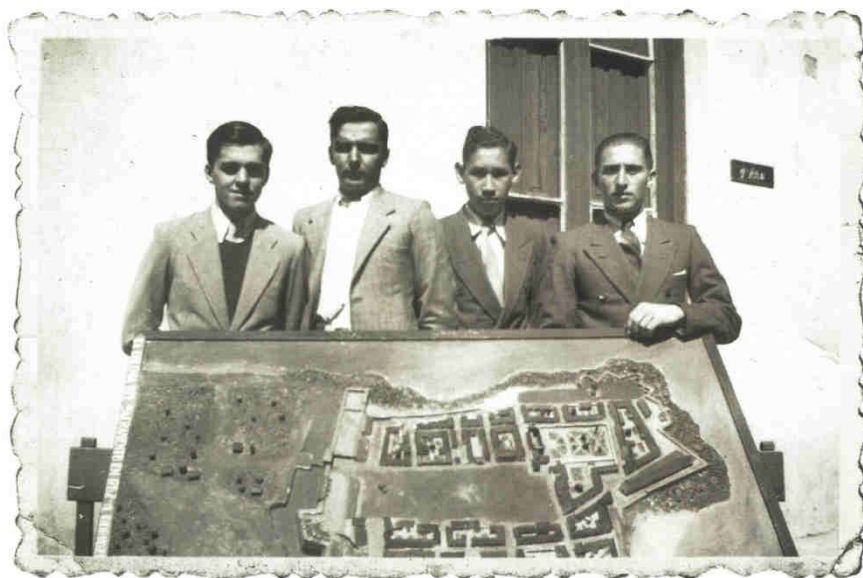
Fuente: Fernando Capurro, 1928

De esta manera, a comienzos de la década de 1930, parece posible reconocer que la conciencia acerca del valor del área y la necesidad de desarrollar políticas para su conservación estaba bastante extendida, al menos entre un conjunto importante de especialistas y otras personas que podían tener influencia en las autoridades locales y nacionales. Independientemente de ello, este sentimiento se enfrentaba al opuesto: la idea de progreso identificada con los avances de la modernidad en materia urbana; el tren (1901), la ruta 1 (1928-1934) y la avenida General Flores (1912 y 1920) eran las manifestaciones más obvias de ese progreso. El Uruguay de la década de 1930 se preparaba para celebrar su primer centenario de vida y las intervenciones urbanas fueron el buque insignia de esas celebraciones. En 1938, nuevamente por iniciativa del Poder Ejecutivo –a través del ministro de Instrucción Pública y Previsión Social– se promueve un proyecto de ley para declarar Monumento Histórico Nacional al casco de la ciudad vieja (Assunção *et al.*, 1996: 286).

Durante la década de 1930 la acción de Carlos Wettstein, que era el director del Liceo Departamental (centro de estudios secundarios), supuso un impacto importante, particularmente en sus estudiantes –entre los que estaba Miguel Ángel Odriozola (Odriozola, 2012: 24 y ss.; Sociedad de Arquitectos del Uruguay, 2000: 16-17) quien lideró gran parte de las acciones de revalorización del

casco histórico durante las tres últimas décadas del siglo XX—. El profesor Wettstein desarrolló lo que hoy podríamos llamar educación patrimonial, incitando a los jóvenes a investigar sobre el valor histórico y arquitectónico de la ciudad, promoviendo grupos de trabajo que desarrollan estudios sobre diversas fuentes, disponibles en el Liceo Departamental y en otros archivos de la ciudad. De la labor de estos grupos resultó la construcción de una excelente maqueta que representa la antigua ciudad colonial fortificada, actualmente se puede apreciar en el Museo Municipal. De esta manera la inquietud patrimonialista se extiende entre los vecinos de la ciudad (Fotografía 6).

Fotografía 6: Estudiantes del liceo departamental de Colonia con la maqueta de la plaza fortificada producida como parte del trabajo de investigación sobre el barrio dirigido por el profesor Wettstein, autor de la foto, en 1937



Fuente: Odriozola Guillot, 2012

A pesar de las tempranas propuestas para la protección del barrio histórico, la efectiva sistematización y normalización de esas acciones solo se produjo varios años después. Este proceso guarda relación con el más general de desarrollo de un sistema organizado de protección patrimonial en el Uruguay. A pesar de que los primeros pasos en ese sentido se dieron tempranamente (en 1913, 1916, 1941, 1951 distintos proyectos de ley para la protección del patrimonio fueron presentados en el parlamento o elaborados por comisiones especiales a tales efectos, pero su trámite nunca se completó), el Uruguay solo inició la definición de su funcionamiento en estos aspectos en los años cuarenta del siglo xx, con la creación de la Comisión de Monumentos Históricos, luego Comisión del Patrimonio Artístico, Histórico y Cultural del Uruguay (1967). Sin embargo la legislación expresa no se concretó hasta varios años después con la promulgación de la ley 14.040 de 1971, vigente hasta la actualidad, que define el funcionamiento general y las prácticas de gestión de la Comisión del Patrimonio Cultural de la Nación.

De cualquier manera, en el caso de Colonia del Sacramento, la instrumentalización de las acciones de conservación, protección y restauración serían orientadas por la intervención de una

comisión creada a tales efectos en 1950. En un contexto favorable determinado por la celebración del centenario de la muerte de José Artigas, héroe nacional del Uruguay, el Poder Ejecutivo dispuso la creación de una comisión nacional facultada para elaborar una lista de bienes de valor histórico y un proyecto de ley para su gestión y protección y, en un mismo sentido, una comisión de escala departamental para Colonia: la Comisión de Estudios y Conservación del Patrimonio Arqueológico, Etnográfico, Histórico y Artístico de la ciudad de Colonia. Esta comisión fue la responsable de las primeras intervenciones en el barrio histórico y orientó las líneas de trabajo posteriores. En ella, el papel del arquitecto Miguel Ángel Odriozola fue fundamental. Es en el ejercicio de esta comisión que se produjo el hallazgo de las ruinas de la antigua muralla (1961) y, consecuentemente, las primeras acciones para su recuperación (expropiación y demolición de varias viviendas).

A finales de la década de 1960 esas acciones se formalizaron políticamente con la creación del Consejo Ejecutivo Honorario para la Preservación y Reconstrucción de la Colonia del Sacramento mediante el decreto número 618/968 del Poder Ejecutivo. El historiador Fernando Assunção fue designado presidente y el arquitecto Odriozola su secretario. Este consejo fue incorporado a la órbita del Ministerio de Educación y Cultura y, a partir de ese momento, dirigió todas las acciones de preservación y fundamentalmente de reconstrucción emprendidas en el área del barrio histórico (así como otras que se emprendieran tanto en la ciudad como en el resto del departamento).

La articulación entre el Consejo Ejecutivo y la Comisión de Patrimonio fue ejercida por varios años por el arquitecto Antonio Cravotto (hijo de Mauricio Cravotto), quien también tuvo un papel activo en las intervenciones en el sitio (tal es el caso de la propuesta para el área de la Casa de los gobernadores, anexa a la Catedral, luego de las prospecciones arqueológicas). La coexistencia de los dos organismos resultó compleja desde sus inicios, lo que provocaría graves problemas en los años posteriores.

En los años setenta y ochenta se desarrollaron las principales obras de recuperación y modificación de la imagen urbana del sitio. Entre esas acciones destaca la reconstrucción de un tramo de la muralla y de la puerta del Campo (Fotografía 7), así como de algunos espacios públicos. El Consejo Ejecutivo Honorario fue responsable de definir las formas de actuar sobre el sitio. En este sentido cabe considerar la acción de este consejo como clave para la configuración de la imagen que el barrio histórico tiene en la actualidad y que, de acuerdo a la hipótesis que se desarrolla en este trabajo, tiene una fuerte articulación con los denominados dispositivos memoriales, en este caso los que podrían responder a la narrativa pública de la memoria.

Posiblemente uno de los operativos más significativos en la *recuperación* de memoria fue la reconstrucción de la muralla y del Portón del Campo o Puerta de la Ciudadela. Desaparecidos por años, ocultos bajo viviendas y otras edificaciones, estos dos elementos fundamentales en la definición del perfil patrimonial actual de la ciudad fueron reconstruidos a partir de las prospecciones arqueológicas (Fotografías 8 y 9), con la recuperación de materiales o la sustitución, expresamente

indicada, de partes así como a través de una interesante propuesta de evocación de las dimensiones originales sin realizar la reconstrucción total. El objetivo era complementar lo existente para hacerlo comprensible por el visitante (Assunção, 1996: 269-270).

Fotografía 7: Puerta del Campo o de la Ciudadela



Fuente: Fotografía de la autora

Fotografías 8 y 9: Excavaciones arqueológicas en la década de 1960 para rescatar la cimentación y otras partes de la muralla



Fuente: Marcelo Payseé en Gaspar Moreira, 2009: 98

El conjunto principal de los denominados dispositivos memoriales (aquellos que son el resultado de la acción pública, al menos) tienen su origen en esta etapa del proceso de patrimonialización. En este sentido parece posible vincular estas etapas del proceso a las que Davallon (2012) denomina como etapas de estudio, de representación del mundo de origen a través del objeto y la puesta a

disposición al acceso colectivo (etapas 2, 4 y 5 respectivamente para el autor).

En 1976, en aplicación de la ley nº 14.040, el barrio histórico fue designado Monumento Histórico Nacional. Esa designación ocurrió en forma paralela a la suspensión de actividades del Consejo Ejecutivo Honorario en el contexto de la Dictadura Cívico-Militar uruguaya (1973 - 1985). Con el retorno de la democracia, la ley nº 15.819 refunda el Consejo Ejecutivo Honorario que reactiva su funcionamiento en 1989, enmarcado en un nuevo contexto institucional, bajo la órbita de la Comisión del Patrimonio histórico, artístico y cultural de la Nación, con la función de preservar y reconstruir todos los Monumentos históricos localizados en el departamento de Colonia y completar las obras programadas e inconclusas del anterior consejo.

En los años inmediatos a su reactivación, el Consejo Ejecutivo Honorario se encomendó a preparar la presentación del barrio histórico al Comité del Patrimonio Mundial. En 1993 se solicitó a la UNESCO asistencia de un experto para la preparación de un informe de justificación que presentó el sitio ante el Comité de Patrimonio y desarrolló ampliamente la justificación para la designación (112 páginas con 18 anexos). Simultáneamente el informe fue enviado a ICOMOS para solicitar una inspección del sitio, para lo cual fue enviado el arquitecto Carlos Pernaut, Presidente de ICOMOS Argentina. Este esfuerzo permitió avanzar en el análisis del valor del barrio histórico así como en la formulación de un marco general de la acción sobre él. Aún así, no se instituyó un criterio protocolizado de intervención, a pesar de lo cual es visible un conjunto de formulaciones tácitas de intervención. A la vez, el impulso de la propuesta de Colonia del Sacramento al Comité del Patrimonio Mundial fue fundamental para que el Uruguay firmara, en marzo de 1989, la adhesión a la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural pendiente desde 1972.

Fotografía 10: Intervención arquitectónica en el área ocupada por la Casa del Gobernador



Fuente: Fotografía de la autora.

Una vez incorporado a la Lista del Patrimonio Mundial, el barrio histórico vivió nuevas transformaciones, tanto de carácter simbólico como físico. El cambio más visible está asociado al aumento en la cantidad de visitantes que la ciudad (y el barrio en particular) recibe diariamente. Este fenómeno determina algunas transformaciones importantes en la infraestructura disponible para

responder a la demanda en aumento, no siempre resueltos de la manera más adecuada ni eficiente. Asimismo, se produjeron una serie de intervenciones de carácter físico, de revaloración y promoción de varios espacios, tal es el caso del área arqueológica de la Casa de los Gobernadores que, una vez concluidos los trabajos arqueológicos, fue intervenida por el arquitecto Antonio Cravotto creando el área de interpretación actual (Fotografía 10).

De un impacto más dramático que los antes mencionados es el proceso de gentrificación que sufrió el barrio a partir de los años setenta. Mientras el área careció de atractivo, el barrio antiguo fue una zona empobrecida habitada principalmente por personas de los sectores populares. Con la valoración del lugar desde mediados de la década de 1960, esta condición se vio radicalmente transformada. A partir de ese momento, el Barrio Sur comenzó a ser atractivo para la clase media y media alta intelectual, particularmente de la vecina Buenos Aires, que aprovechó los bajos precios de los inmuebles para comprar y recuperar antiguas casas. En muchos casos, las viejas viviendas se transformaron en estudios, casas de descanso o comercios orientados al turismo. Este fenómeno ha tenido un efecto muy significativo, por un lado ha contribuido a la mejora edilicia y la conservación de viviendas pero, por otro, ha transformado al antiguo barrio popular en un área exclusiva y cara.

En los últimos quince años la Comisión de Patrimonio Cultural promovió varias acciones de reafirmación del valor patrimonial del sitio, entre las que se incluye la ampliación del grado de protección del Área de amortiguación terrestre en tanto que área de investigación arqueológica (2004) y la designación como Monumento histórico de las islas de San Gabriel y Farrallón en la bahía de Colonia (2005). Simultáneamente, la Intendencia de Colonia (ámbito de la administración del gobierno departamental), responsable de la gestión directa y de garantizar los servicios urbanos, desarrolló una política que fue en general armónica con las acciones en relación al patrimonio. A pesar de ello, la coexistencia de varias instancias de administración pública sobre el bien ha sido uno de los problemas más difíciles de resolver. En efecto, esta compleja coexistencia de varias instancias administrativas fue la principal dificultad que debió enfrentar el sitio. En este sentido, la redacción – bastante tardía, por otra parte– del Plan de Gestión en 2012 procuró responder a esta situación.

Como todo bien inscripto en la lista del Patrimonio Mundial de la Humanidad, el barrio histórico es monitoreado permanentemente por el Comité del Patrimonio Mundial que vigila las acciones y políticas desarrolladas por los gobiernos nacionales en relación a los sitios patrimoniales. El Plan de gestión es la respuesta del Uruguay a las solicitudes y recomendaciones del Comité y fue aprobado por la trigésima sexta reunión de éste en San Petersburgo (Rusia) en 2013. En febrero de 2014 el Plan de Gestión se complementó con un informe actualizado sobre el grado de aplicación hasta ese momento (MEC-IC, 2012).

El Plan es el resultado del trabajo de un conjunto de actores que, fundamentalmente a partir de 2008, mancomunaron esfuerzos para elaborar una estrategia que permitiera solventar un conjunto de problemas que presentaba la administración del sitio. En términos generales, tal como se ha dicho

más arriba, esos problemas derivaban de la dificultad de definir órbitas de acción y de la ausencia de lineamientos claros para su desarrollo. De hecho un conjunto de problemas y dificultades pusieron en evidencia la necesidad de instrumentar una herramienta que permitiera definir políticas de gestión del barrio histórico y, concretamente, evitar los riesgos de una exclusión de la lista del Patrimonio Mundial de la Humanidad, circunstancia que estuvo próxima de ocurrir en torno a los años 2006 y 2008.

Esos problemas pueden resumirse básicamente en la dificultad de definir las áreas de gestión administrativa del sitio y una crisis de gobernanza que tuvo su momento más crítico en esos años. Como emergente de esa situación, el proyecto para la instalación de un hotel en la zona Norte del barrio histórico sobre la bahía y la construcción de un puerto de yates, desencadenaron una situación de crisis que derivó en la toma de conciencia de la urgencia de elaborar estrategias de acción conjunta. Asimismo, en varias oportunidades (desde 2004 en adelante) el Comité del Patrimonio Mundial había hecho recomendaciones para la gestión del sitio que debían ser atendidas.

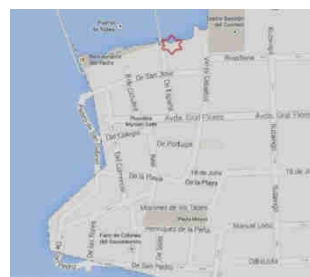
La crisis de gobernanza fue consecuencia de la propia forma en que el patrimonio es administrado en Uruguay, de la estructura administrativa nacional y de la forma que se estableció para la gestión concreta del barrio histórico, de todo lo cual derivó una superposición de jurisdicciones en el área objeto de protección. De hecho en el barrio histórico conviven dos administraciones cuya acción muchas veces se superpone. De una parte, la Intendencia de Colonia, responsable de la administración departamental, es la autoridad política y administrativa. De ella dependen los servicios principales del barrio histórico: recolección, limpieza, iluminación, inspecciones, pavimentación, ordenamiento del tránsito, mantenimiento de áreas verdes, cuidado del arbolado así como de la tramitación y aprobación de toda intervención arquitectónica y de todas las obras que se realicen en el espacio público. Por otro lado, el Comité Ejecutivo Honorario es el representante local de la Comisión de Patrimonio cultural de la Nación. En los hechos, el Comité Ejecutivo Honorario, operó como fiscalizador patrimonial de las obras desarrolladas por la Intendencia de Colonia en el área.

Ese problema fue identificado por varios asesores que trabajaron en la etapa de elaboración del Plan de gestión. En ese sentido, en su informe de 2008 Miguel Ángel Troitiño afirma que:

Se constata una situación de indefinición. Colonia no tiene un instrumento de protección y conservación con fuerza jurídica y ello conduce, con frecuencia, a cierto nivel de indeterminación y excepcionalidad permanente de la toma de decisiones, con los riesgos que esta situación implica. Los inventarios no tienen fuerza legal [...] Los bloqueos existentes y los niveles de indeterminación dificultan la actuación, la regulación y el control. [...] Hay que crear una estructura de gestión diferente, donde exista concertación y equilibrio, con equilibrio entre los niveles administrativo, técnico y de gestión. En este sentido parece llegado el momento de reformular la estructura, competencias y cometidos del Consejo Ejecutivo Honorario. (Troitiño, 2011: 23-24)

Esta yuxtaposición de funciones y jurisdicciones tuvo momentos especialmente críticos durante la primera década del siglo XXI. A la vez, la inexistencia de fórmulas concertadas de gestión en el barrio histórico y en relación al patrimonio en general en Uruguay dieron por resultado una seria crisis en relación al barrio histórico que vinieron a poner en evidencia la urgencia de elaborar un plan de gestión para el sitio. Concretamente, desde 1998 existía un proyecto para la construcción de un puerto de yates en el área contigua al barrio histórico, al que se sumó otro proyecto (reactivado fuertemente a partir de 2006) para la instalación de un complejo turístico-portuario que incluiría un hotel cinco estrellas, un casino, un centro comercial y un atracadero de embarcaciones dentro del área de protección. Este proyecto preveía una fuerte intervención, de características arquitectónicas monumentales que claramente afectaban la integridad del bien, en la manzana 203 donde se encuentra el edificio conocido como Antigua Prefectura (Fotografía 11), dado que allí funcionó hasta mediados del siglo XX la oficina central de la Prefectura Nacional Naval del departamento de Colonia. Cabe aclarar que la manzana en cuestión está ubicada entre el Bastión del Carmen, un edificio industrial en ruinas, en el que funcionó una jabonería, convertido hoy en un centro cultural de intensa actividad y el muelle antiguo reconstruido durante los primeros años de la década del 2000. El proyecto provocó una intensa crítica de la Comisión de Patrimonio cultural de la Nación, el Comité Ejecutivo Honorario y varios grupos promotores de la salvaguardia del patrimonio locales, que solicitaron la intervención del Comité del Patrimonio Mundial. Como efecto de esas intervenciones, fueron enunciadas varias recomendaciones (en 2004, 2005, 2008, 2009 y 2011), la última de ellas casi un ultimátum al gobierno uruguayo que instaba a la elaboración urgente de un plan de gestión bajo pena de sanciones o, incluso, reconversiones.

Fotografía 11: Edificio de la Antigua Prefectura naval de Colonia del Sacramento y Muelle viejo, ubicación del proyectado hotel y marina del Carmen de la empresa Cipreses S.A. y su localización en el plano del barrio histórico



Fuente: Fotografía de la autora y Google Maps

El resultado de este llamado de atención supuso la realización de un acuerdo efectivo entre los dos ámbitos de administración del área (Ministerio de Educación y Cultural e Intendencia de Colonia) y la creación de una comisión de trabajo, orientada por varios asesores observadores que ya habían

informado sobre la situación del sitio y con una clara orientación hacia la participación de la comunidad, que redactó el documento presentado en febrero de 2012 al Comité del Patrimonio Mundial.

El resultado fue la elaboración de un Plan de gestión para el barrio histórico de Colonia del Sacramento, un producto no definitivo, sino una herramienta de trabajo que debe ser puesta a prueba y evaluada en su ejecución a la vez que ajustada para continuar trabajando. Para su elaboración se contó con el informe de 2008 de Edgardo Venturini y con la asistencia de los técnicos de UNESCO Ciro Caraballo, Anxel Viña y Miguel Ángel Troitiño, convocados específicamente para ello en 2011. También se desarrollaron varias instancias de consulta a la población a través de talleres de debate y participación. La redacción final fue responsabilidad de un equipo con integración conjunta de la Intendencia de Colonia y de la administración central a través de representaciones del Comité Ejecutivo Honorario y de la Comisión de Patrimonio cultural de la Nación, que contó con la asesoría de los técnicos externos y nacionales. Como ya se adelantó, el Plan de gestión fue aprobado en la 35ª sesión del Comité del Patrimonio Mundial, y debe ser revisado y evaluado anualmente (el primero de esos informes fue enviado en febrero de 2014).

CONSIDERACIONES FINALES

En relación al proceso de patrimonialización del barrio histórico de Colonia del Sacramento se pueden reconocer algunos elementos que habilitan a elaborar algunas conclusiones primarias. En primer lugar parece razonable afirmar que ha sido posible clasificar las etapas de este proceso dentro del modelo definido por Davallon (2012). En este sentido, la aplicación de este esquema de análisis resulta apropiada como herramienta de trabajo para dar continuidad a la investigación en marcha.

Por otra parte, también se puede afirmar que el proceso de patrimonialización del barrio histórico operó una transformación en el modo en que el espacio es percibido y vivido. Las maneras en las que la comunidad se apropia del lugar se han visto profundamente afectadas por la resignificación del lugar tras la formalización de la atribución de valor patrimonial. Por un lado se transformó la valoración del lugar y, por otro, se actúa en consecuencia para conservar los rasgos que lo hacen singular. Esta transformación del estatus del lugar sufre nuevos impactos con la incorporación al circuito turístico masivo de la región y las actuaciones sobre el patrimonio están interferidas por las expectativas de otros agentes. El proceso por el cual el antiguo barrio Sur de Colonia del Sacramento se ha transformado en el barrio histórico de Colonia del Sacramento, Patrimonio Mundial de la Humanidad, supone, no solo, la gentrificación sino que también ha implicado la construcción de una narrativa nueva, o cuando menos de una capa nueva, en la que el relato que hace el turismo del lugar se cruza permanentemente con las demás voces (la del patrimonio, la de la historia, la de la memoria, etcétera).

La otra línea de análisis explorada en este trabajo, la de los dispositivos memoriales, permite

proponer algunas consideraciones que es apropiado resumir al cerrar el análisis. En primer lugar es necesario reconocer que el uso de este concepto como instrumento de análisis no sólo ha resultado oportuno sino que parece ofrecer otras posibilidades que será preciso profundizar. Una vez explicitado esto, cabe afirmar que fue posible confirmar que existen ciertas formas de circulación entre los distintos tipos de dispositivos memoriales: los que resultan de la acción pública y aquellos que derivan de la iniciativa privada. Los elementos que componen el relato patrimonial que derivan de estas formas de circulación, que fueron analizadas y ejemplificadas genéricamente en las páginas anteriores, son los que en gran medida han configurado la apariencia y la narrativa actual del barrio histórico de Colonia del Sacramento.

Es interesante resaltar que una parte importante de los dispositivos memoriales se configuraron durante las últimas etapas del proceso de patrimonialización, en particular desde las operaciones de recuperación arqueológica de la muralla (a fines de la década de 1960), con la designación como Monumento Histórico Nacional (1968 y 1976) y, por último, con la incorporación a la Lista del Patrimonio Mundial (1995). El conjunto de operaciones de reconstrucción de edificaciones así como la articulación de un relato coherente del sitio con su carácter patrimonial han impactado profundamente en las formas en las que se constituye la memoria pública y contribuido a darle un carácter bastante homogéneo aunque, por momentos, muy superficial. Estos relatos valorizan ciertos aspectos del pasado –aún cuando estén reñidos con lo históricamente verificable–, lo portugués y lo colonial por encima de otras épocas, otras manifestaciones arquitectónicas híbridas u otros grupos sociales. Por último, a esas formas de narrar la ciudad, se suma el relato apropiado para la divulgación, cargado de imágenes de tarjeta postal y de anécdotas estereotipadas con las que el turismo aprovecha los dispositivos memoriales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agamben, G.** (2011) “¿Qué es un dispositivo?” *Sociológica* 26(73): 249-264 [Disponible en línea: <http://www.revistasociologica.com.mx/default.htm>] fecha de acceso 23/11/2013
- Assunção, F.; Canessa, M. & Cravotto, M.** (1996) “Colonia del Sacramento: patrimonio mundial = World heritage”. Testoni Studios Ediciones, Montevideo
- Candau, J.** (2009) “La métamémoire ou la mise en récit du travail de mémoire”. Centre Alberto Benveniste, Paris
- Candau, J.** (2011) “Memória e identidade”. Editora Contexto, São Paulo
- Capurro, F.** (1928) “La Colonia del Sacramento.” *Revista de la Sociedad Amigos de la Arqueología*, tomo II, Montevideo
- Ciancio, G.** (2013) “La poesía uruguaya entre 1920 y 1940: dispersión y cercanía”. En: Rocca, T. (curador) *Poesía e ilustración uruguaya 1920 – 1940 (Catálogo)*. Museo Figari, Montevideo
- Collazo, R.** (música) & **Soliño, V.** (letra) (1930) “Adiós mi barrio”. Tango
- Davallon, J.** (2012) “Comment se fabrique le patrimoine: deux régimes de patrimonialisation”. En:

- Khaznadar, C.** Le patrimoine, oui, mais quel patrimoine? Actes Sud, Arles, pp. 41-57
- Deleuze, G.** (1990) "¿Qué es un dispositivo?" En: Deleuze, G.; Glucksmann, A.; Frank, M. & Balbier, E. Michel Foucault, filósofo. Gedisa, Barcelona, pp. 155-163
- Dormaels, M.** (2011) "Patrimonio, patrimonialización e identidad. Hacia una hermenéutica del patrimonio". Revista Herencia 24(1 y 2): 7-14
- Duran Guani, E. & Cravotto, M.** (1917) "Arquitectura colonial". Arquitectura, Órgano oficial de la Sociedad de Arquitectos de Uruguay, III (XX): 80-83
- Gaspar Moreira, C.** (2009) "Colônia do Sacramento: Permanência urbana na demarcação de novas fronteiras Latino-Americanas". Tesis de maestría en Urbanismo, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro
- Lamy, Y.** (2012) "La conversion des biens culturels en patrimoine public: un carrefour de l'histoire, du droit et de l'éthique". En: Khaznadar, C. Le patrimoine, oui, mais quel patrimoine? Actes Sud, Arles, pp. 127-173
- MEC-IC** (2012) "Plan de gestión del Barrio Histórico de Colonia del Sacramento". Ministerio de Educación y Cultura de Uruguay-Intendencia de Colonia, Montevideo
- Odriozola Guillot, M.** (2012) "De Colonia del Sacramento a Colonia. Apuntes del Arq. Miguel Ángel Odriozola Odriozola". SAU, Montevideo
- Rinaudo, C.** (2005) "Carnaval de Nice et carnivals indépendants: les mises en scène festives du spectacle de l'authentique". Sociologie et sociétés 37(1): 55-68. [Disponible en línea: <http://id.erudit.org/iderudit/012276ar>] DOI: 10.7202/012276ar fecha de acceso 05/04/2014
- Sociedad de Arquitectos del Uruguay** (2000) "Odriozola y la suerte de Colonia". Reportaje. Boletín de la SAU, Montevideo, noviembre 2000, pp.14-17
- Troitiño, M.** (2011) "Primer informe asistencia técnica para la elaboración Plan de gestión del barrio histórico de Colonia del Sacramento, área de amortiguación, bahía e islas". Misión de UNESCO - Universidad Complutense de Madrid, Colonia del Sacramento
- Villalba Storti, P. A.** (2012) "Entre ruinas, lugares y objetos residuales de la memoria". Tesis de maestría defendida en la Maestría en Estética de la Facultad de Ciencias Humanas y Económicas, Universidad Nacional de Colombia sede Medellín, [Disponible en línea: http://www.bdigital.unal.edu.co/7032/1/8357603._2012.pdf] fecha de acceso 15/11/2013

Recibido el 08 de junio de 2014

Reenviado el 15 de septiembre de 2014

Aceptado el 03 de octubre de 2014

Arbitrado anónimamente

LA CONTRADICCIÓN DEL TURISMO EN LA CONSERVACIÓN Y EL DESARROLLO EN GALÁPAGOS – ECUADOR

Andrea Muñoz Barriga*
Pontificia Universidad
Católica del Ecuador - Quito

Resumen: Se analiza la situación actual del turismo en la Reserva de Biósfera Galápagos y sus implicaciones en la conservación y el desarrollo. Reservas de Biósfera constituyen categorías otorgadas por la UNESCO a áreas protegidas de extraordinario valor natural y cultural, cuyos espacios son concebidos como lugares de reconciliación entre conservación y desarrollo. El turismo se considera una estrategia clave para favorecer estos dos aspectos. Galápagos, como muchos otros ecosistemas insulares tiene pocas posibilidades económicas y una de las formas “inevitables” para el desarrollo local es el turismo. El turismo ha crecido rápidamente desde la década de los 80 con un incremento de 18.000 visitantes en 1980 a 41.000 en 1990. En la última década más de 100.000 turistas arribaron anualmente. Para el año 2013 más de 200.000 turistas visitaron Galápagos y la tendencia creciente se mantiene. El aumento de turistas está asociado al incremento de la población y la introducción de especies invasoras, lo cual implica un riesgo para la conservación. Las modalidades de turismo más frecuentes son turismo de crucero y turismo con base local. El turismo navegable fue hasta hace poco la modalidad con el mayor número de turistas. Sin embargo en los últimos años el turismo con base local superó en número al turismo de crucero. Hay una presión considerable de los residentes por incrementar la estadia de los turistas en las islas pobladas para promover el desarrollo económico a través del turismo.

PALABRAS CLAVE: reserva de la biosfera, conservación, desarrollo, turismo sustentable, Galápagos, residentes, metodología cualitativa.

Abstract: The Contradiction of Tourism on the Conservation and Development in Galápagos, Ecuador. An analysis of the current tourism situation in the Galapagos Biosphere Reserve and its main implications to the conservation and development is presented. Biosphere reserves are a UNESCO category granted to areas of exceptional natural and cultural value, where conservation and development should be reconciled. Tourism is considered as a key strategy to foster both aspects. Galapagos, like many other insular ecosystems has few economic possibilities and tourism is one of the “inescapable” options for local development. Tourism has been growing rapidly since the 1980s, with an important increase from 18,000 visitors in 1980 to 41,000 in 1990. In the last decade more than 100,000 tourists arrived yearly. For the year 2013 more than 200,000 tourists visited Galapagos and this increasing trend remains. The increase of tourists is related with population growth and to the introduction of exotic species, which ultimately imply a risk for conservation. The main tourism modalities are cruise ship tourism and land-based tourism. Until recently, the first one was the

* Licenciada en Ciencias Biológicas por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito; con un Master of Science por la Universidad Georg-August de Gotinga, Alemania y un Doctorado en Recursos Naturales por la Universidad Ernst-Moritz-Arndt de Greifswald, Alemania. Docente e investigadora, coordinadora de investigación y desarrollo de la Escuela de Hotelería y Turismo de la Facultad de Ciencias Humanas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. E-mail: amunoz@puce.edu.ec

modality with the higher number of tourists. However during the last years, land-based tourism overcomes in number the cruise ship tourism. There is a big pressure from the local communities to increase the stay of the tourists in the populated islands with the main goal of promoting local socio-economic development.

KEY WORDS: *biosphere reserves, conservation, development, sustainable tourism, Galapagos, residents, qualitative methodology.*

INTRODUCCIÓN

Sólo hace dos décadas, se empezó a discutir la conceptualización del término turismo sustentable (TS) y por ello la discusión continua (Buckley, 2012). La definición, alcance, enfoque e investigación ha sido discutido ampliamente (César & Arnaiz, 2006; Bramwell & Lane, 2008; Buckley, 2012). El TS está basado en la idea de que en general la industria debe propender a la sustentabilidad (UNEP & UNWTO 2005; Olson, 2012; Buckley, 2012; Weaver, 1999). Por ello, el concepto está asociado con la definición de desarrollo sustentable, el mismo que fue definido en el Reporte Brundtland (WCED, 1987). El elemento básico a ser considerado en el TS es el balance que debe existir entre los tres pilares de la sustentabilidad. Así el desarrollo del turismo sustentable debe ser ecológicamente amigable, viable económicamente y socialmente equitativo con la finalidad de producir un efecto sinérgico (Nicholas *et al.*, 2009). Para la Organización Mundial del Turismo, TS es un componente más del desarrollo sustentable en general (UNWTO, 2002). TS es visto como una alternativa sustentable especialmente en áreas naturales, frente a otras actividades como agricultura intensiva, ganadería, minería y extracción de petróleo (Epler Wood, 2007). Además, en los últimos años ha habido un incremento de la conciencia global en cuanto a los impactos ambientales, económicos y socio-culturales generados por la actividad turística. Sin embargo los logros en la implementación todavía son limitados (Bramwell & Lane, 2012). Muchos críticos cuestionan el término “balance” y el uso del término “turismo sustentable” en general. Incluso Weaver & Oppermann (2000) sugieren que el mismo puede ser mal utilizado por aquellos actores que persiguen ciertos intereses políticos y en el que el enfoque principal casi siempre es el crecimiento económico (Hunter, 2002; Higham, 2007; Hall, 2012). Situaciones donde el desarrollo del turismo resulta tanto en la creación de bienestar económico y social así como en la conservación ambiental son relativamente raras (Fennell, 1999; Honey, 2008). Algunos de los problemas detectados son fuga de las ganancias del turismo de la economía local, trabajos mal pagados asociados con bajos salarios y malas condiciones laborales, incremento de migración, incremento de precios y la dominación de empresas normalmente foráneas y multinacionales. Dichas condiciones no solo que limitan la participación de las comunidades locales si no que crean conflictos entre los locales y los trabajadores temporales (migrantes) así como ponen al límite la provisión de servicios básicos y además la explotación del medio ambiente y la comunidad local en los destinos hospederos (Honey, 2008; Tosun, 2000; Jafari, 2000; Sharpley, 2010). En este contexto, los residentes son normalmente excluidos (Moscardo, 2011; Stronza & Gordillo, 2008; Kim *et al.*, 2013).

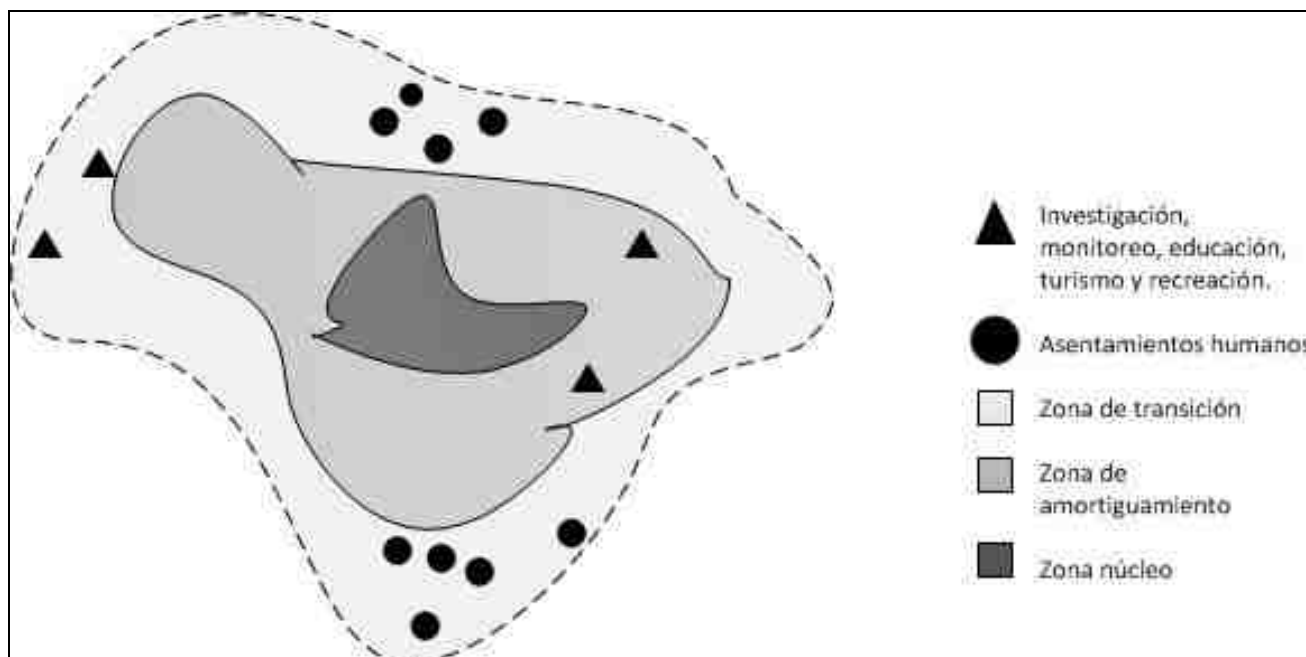
Diversas modalidades (turismo comunitario, turismo de naturaleza, turismo de aventura, ecoturismo) son parte del TS. Las diversas modalidades pueden complementarse entre sí. Por ejemplo un *ecotour* puede ser manejado por comunidades indígenas locales en un parque nacional en la Amazonía. En este ejemplo específico turismo comunitario y ecoturismo son las principales modalidades sin dejar de lado el turismo de aventura y el aviturismo. El ecoturismo es una de las formas más difundidas de turismo de naturaleza, que tiene como requisito fundamental el desarrollo de la actividad en áreas naturales prístinas a la vez que promueve el desarrollo socio-económico de las comunidades locales (Higham, 2007). Así como con el TS el debate en cuanto a su conceptualización teórica e implementación práctica está todavía en ciernes (Diamantis, 1999) con una amplia variedad de características que el ecoturismo debería tener desde una posición ambiental más activa hasta una posición más convencional (Orams, 1995). Los principales principios hacen referencia a la conservación y protección del medio ambiente y la mejora del bienestar de las comunidades locales así como la satisfacción de los ecoturistas (Durham, 2008). Incluso, se enfatiza en la minimización de los impactos ambientales y socioculturales, contribución a la conservación y a proyectos locales, así como educación y conciencia ambiental por parte de los viajeros (Honey, 2008; Higham, 2007; Durham, 2008). La interpretación y educación ambiental es un elemento clave de la experiencia ecoturística (Ham & Weiler, 2002). Nuevamente los casos genuinos de ecoturismo son lamentablemente difíciles de alcanzar (Honey, 2008; Higham 2007). Existe confusión y mal uso del término. Muchas veces el término es utilizado únicamente con propósitos de mercado, lo que podría denominarse lavado verde (Rozzi *et al.*, 2010; Wheeler, 1992). Sin embargo, hay algunos buenos ejemplos de destinos turísticos relativamente bien manejados en áreas protegidas en algunos países como Australia, Nueva Zelanda, Zanzibar y Costa Rica (Eagles, 2002; Honey, 2008), donde políticas públicas, regulaciones y normas claras han sido establecidas para garantizar el desarrollo de la actividad. En Latinoamérica, Costa Rica es reconocido como el primer destino mundial de ecoturismo (Honey, 2008), siendo el turismo una de las principales fuentes de divisas para el país centroamericano, después de café y banano (Honey, 2008). En el caso particular del Ecuador, hay algunos ejemplos que podrían clasificarse como operaciones ecoturísticas. Incluso los primeros tours ofrecidos en las Islas Galápagos se citan frecuentemente como el sitio donde el ecoturismo nació (Honey, 2008:101). La operación empezó en los 60s y estaba caracterizada por un buen manejo del parque nacional, investigación científica permanente, guías bien entrenados y una empresa turística justa y bien regulada (Honey, 2008; Durham, 2008). Estas características garantizaron hasta los 80s la conservación de la vida silvestre en Galápagos. Lamentablemente con el incremento del número de turistas, migrantes y las especies exóticas, la etiqueta de destino ecoturístico desapareció hasta la fecha, considerándose actualmente al turismo como una de las amenazas más importantes para la conservación de la biodiversidad en el archipiélago.

RESERVAS DE BIOSFERA

El concepto de Reservas de biosfera (RBs) es una categoría establecida por la UNESCO para la conservación y desarrollo. Esta categoría fue desarrollada por el Programa El Hombre y la Biosfera

(MaB por sus siglas en inglés) de la UNESCO en 1974 e incluye una red mundial de paisajes representativos que sirven como espacios de aprendizaje para el intercambio de información sobre conservación y desarrollo sustentable (UNESCO-MAB, 1996). El concepto de RB es en cierto sentido mucho más holístico que el concepto de áreas protegidas, donde el objetivo fundamental es la conservación. RBs consideran no sólo la conservación de los elementos naturales, sino también y con la misma prioridad la conservación del conocimiento local de usos sustentables de los recursos naturales. Además, se consideran como puntos de encuentro entre las políticas ambientales y las estrategias de desarrollo local (MAE, 2010). Las principales funciones de las RBs son 1) Conservación *in situ* de los ecosistemas naturales y semi-naturales, 2) Desarrollo de áreas de demostración para uso sustentable y 3) Apoyo logístico para los proyectos experimentales en investigación, monitoreo, educación ambiental y entrenamiento de las comunidades locales (UNESCO-MAB, 1996; Stoll-Kleemann & Welp, 2006). Como se observa en la Figura 1, las RBs están divididas en tres zonas principales: 1) Zona núcleo, pensada para la protección y conservación estricta del área protegida; 2) Zona de amortiguamiento cuya función principal es delimitar y proteger la zona núcleo y que es utilizada para manejo sustentable a través de monitoreo, investigación y actividades turísticas; 3) Zona de transición es la parte más externa de las RBs donde el objetivo fundamental es el uso sustentable de los recursos con la participación y cooperación de la comunidad (UNESCO-MAB, 1996). En este contexto, el ecoturismo puede ser una actividad sustentable a desarrollarse en estas áreas, contribuyendo al desarrollo y generación de beneficios y al mantenimiento de las áreas naturales (UNESCO-MAB, 1996).

Figura 1: Zonificación y funciones de una reserva de biosfera



Fuente: Elaboración propia basada en UNESCO-MAB (1996)

PERCEPCIÓN RESIDENTES

Los sistemas sociales y ecológicos están involucrados en el manejo del turismo en áreas protegidas, lo cual resulta dinámico y complejo (Nyaupane & Poudel, 2011). Además, la implementación requiere de instituciones (Ej. Estructuras y mecanismos sociales de cooperación que gobiernan el comportamiento de los individuos) que sean capaces de conectar los diferentes niveles de organización social y política (Schliep & Stoll-Kleemann, 2010). Finalmente, hay una amplia variedad de actores potenciales asociados a las áreas protegidas y al sistema turístico como guardaparques, tour operadores y la comunidad local entre otros. El manejo adecuado del turismo en áreas protegidas puede ser una tarea difícil sobre todo en países subdesarrollados, donde existe un alto nivel de centralización, corrupción y marginalización de las comunidades locales (Moscardo, 2011; Yüksel *et al.*, 2005). Muchas evidencias empíricas sugieren que el poco compromiso de los políticos así como una administración pública altamente centralizada impiden la participación efectiva de la comunidad en estos países (Tosun, 2000). Algunas veces, los miembros de la comunidad perciben que el gobierno y aquellos que forman parte de él son los únicos beneficiarios de los dólares provenientes del turismo (Aguirre, 2006).

A nivel local, los gobiernos usualmente tienen recursos limitados para poder responder a las responsabilidades ligadas al manejo del turismo (Yüksel *et al.*, 2005). A esto hay que añadir falta de capacidad para desarrollar nuevos roles dentro del turismo, lo cual puede conducir al declive de la calidad de los servicios en general (Yüksel *et al.*, 2005). La educación y capacitación de los residentes locales, la necesidad de elevar las capacidades de los actores y el involucramiento de los locales en los beneficios económicos derivados del turismo ocurre con frecuencia únicamente en la teoría (Tosun, 2000; Aas *et al.*, 2005).

Para el manejo adecuado de los destinos turísticos es importante considerar la fase de desarrollo de cada uno de estos destinos. Uno de los modelos ampliamente discutidos es aquel desarrollado por Butler (1980), quién propuso el modelo del ciclo de vida de un destino turístico como una aproximación hipotética para entender la evolución y desarrollo de los destinos turísticos. Seis fases componen el ciclo: exploración, involucramiento, desarrollo, consolidación, estancamiento, decline y rejuvenecimiento. Las primeras fases (exploración e involucramiento) se caracterizan por un moderado número de turistas, el desarrollo de empresas locales y el apoyo de la comunidad local. En la siguiente fase de desarrollo, los conflictos empiezan con un creciente número de turistas pero también el incremento de los proveedores y la presencia de agentes externos (multinacionales). La consolidación está caracterizada por la dependencia de la economía local en el número de turistas y en el apoyo reducido de la comunidad local. En la fase de estancamiento, la degradación ambiental, social y económica alcanza su máximo nivel. El destino tiene que repensar sus estrategias para evitar el decline y apuntar al rejuvenecimiento del mismo (Butler, 1980).

El modelo puede ser adaptado tomando en cuenta las particularidades para cada destino. Es útil

para evaluar diversos aspectos tales como la degradación ambiental, la generación de beneficios económicos en las comunidades hospederas y la percepción de los residentes (Diedrich & García-Buades, 2009; Cole, 2012). Diversos autores (Moscardo, 2011; Kim *et al.*, 2013; Tosun, 2000) han evaluado el nivel de participación de las comunidades locales y su percepción acerca del turismo en aspectos que tienen que ver con su nivel de participación e inclusión en el turismo, beneficios ambientales, socio-culturales y económicos derivados de la actividad, importancia del turismo para la conservación de las áreas protegidas entre otras. El desarrollo del turismo requiere en general colaboración y coordinación de todos los actores involucrados a nivel local, regional y nacional (Waligo *et al.*, 2013). Por ello, el diálogo entre todos los involucrados tiene el potencial de apoyar la gestión de los gobiernos locales, regionales y nacionales además que toma en consideración las aspiraciones y expectativas de los residentes locales (de Araujo & Bramwell, 2002). Debido a los diversos aspectos a considerarse para una adecuada implementación del turismo sustentable, la perspectiva tiene que ser multidimensional. Además, la planificación estratégica debe contar con la participación de todos los actores involucrados en los diferentes niveles en este sistema socio-ecológico del turismo en áreas protegidas. En el presente trabajo el principal objetivo fue evaluar y analizar la situación actual del manejo del turismo y su contribución a la conservación de la biodiversidad y al bienestar las comunidades locales. Además también se examinó la percepción de actores clave en cuanto a las ventajas/desventajas (económicos y socio-culturales) del turismo en la Reserva de Biósfera Galápagos.

METODOLOGÍA

El levantamiento de la información del caso de estudio, Galápagos, se realizó mediante el empleo de métodos cualitativos. Entre las herramientas utilizadas se destaca la aplicación de entrevistas semi-estructuradas a profundidad, dirigidas a actores clave en tres de las cuatro islas pobladas (Santa Cruz, San Cristóbal e Isabela). Expertos y especialistas en el manejo del área protegida (representantes de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales), representantes de los diferentes sectores relacionados directa e indirectamente con el turismo (hoteles, bares y restaurantes, agencias de viaje, lavanderías, agricultura, pesca, transporte), así como residentes fueron entrevistados. La selección se realizó utilizando el método no probabilístico “snowball”, que consiste en dejar emerger la muestra a través de un proceso de referencia de una persona a otra hasta que la saturación teórica se ha conseguido, es decir que los entrevistados dejan de proporcionar información nueva (Denscombe, 2007). Las preguntas se plantearon en relación a las dimensiones de la sustentabilidad (ambiental, socio-cultural y económica) del turismo, así como la percepción de los residentes en cuanto a las ventajas y desventajas del desarrollo del turismo en las Islas Galápagos. La guía de la entrevista con preguntas abiertas se desarrolló en dos fases. Una primera aproximación con los actores clave se realizó en Julio del 2010. En esta primera fase una panorámica general de la situación respecto del turismo fue obtenida. En la segunda fase desarrollada en Julio de 2011 se continuó con la indagación de la percepción del turismo por parte de los diferentes actores clave involucrados directa e indirectamente con la actividad turística. Para el

procesamiento de la información cualitativa se utilizó el programa *ATLAS.ti*, que permite ordenar y procesar la información cualitativa en una forma sistemática. Por ejemplo, grandes cantidades de texto pueden ser sintetizadas, resumidas y categorizadas utilizando el programa (Muñoz Justicia, 2003; Friese, 2012). Uno de los objetivos fundamentales del programa es la abstracción de conceptos a partir de los datos cualitativos (entrevistas). La codificación es uno de los procesos esenciales que contribuyen al desarrollo de categorías y códigos, los mismos que pueden ser previamente establecidos y asignados, y éstos a su vez forman parte de familias. Las familias previamente determinadas para el presente estudio fueron: ambiental, económica, socio-cultural y manejo y gestión del turismo, las mismas que tienen que ver con la pregunta planteada en cuanto a la sustentabilidad del turismo y las percepciones de los residentes en cuanto al turismo.

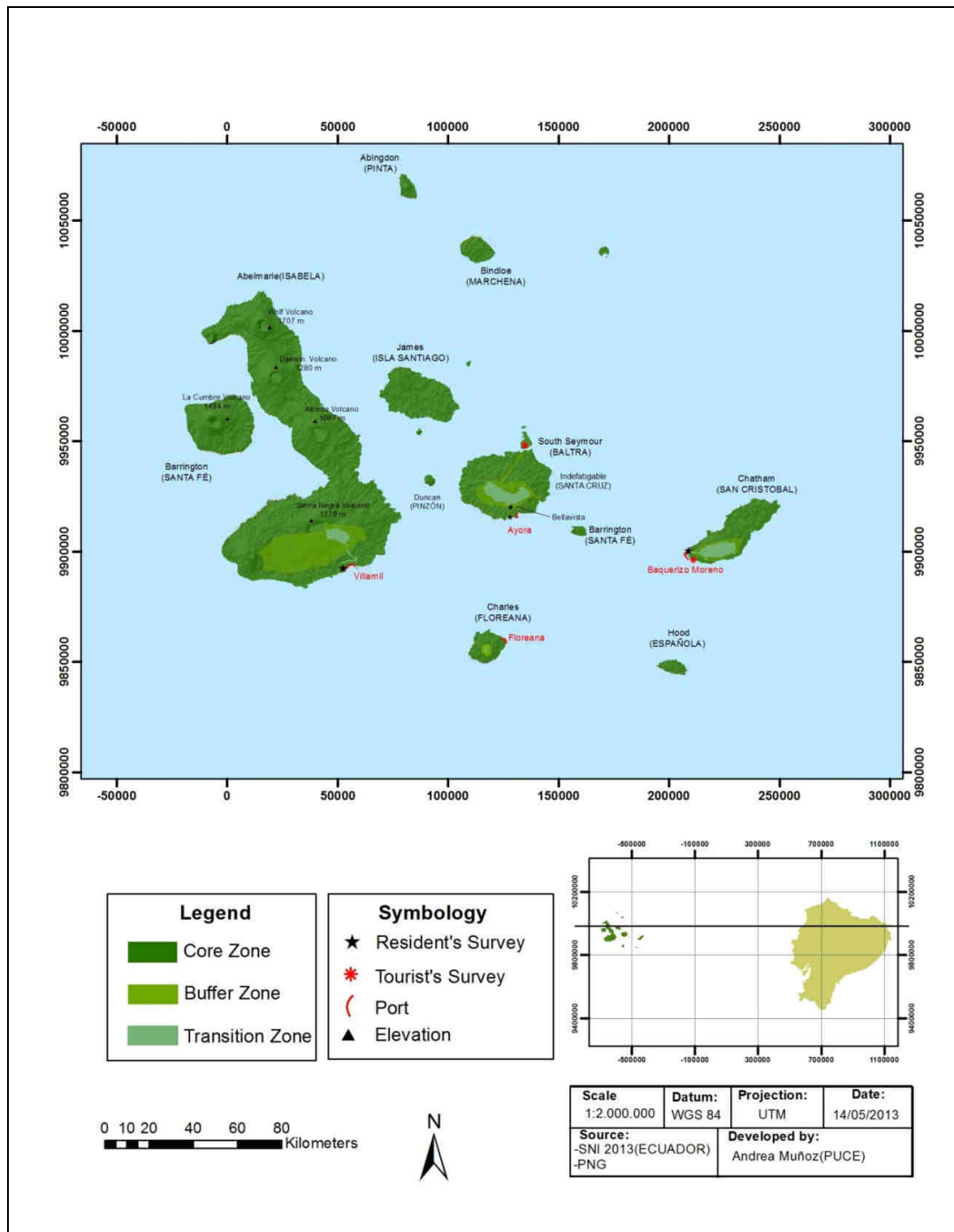
CASO DE ESTUDIO: GALÁPAGOS

El archipiélago de Galápagos se encuentra ubicado en el océano pacífico a 960 km del Ecuador continental. Son islas volcánicas y muchas de ellas se encuentran todavía en proceso de formación. Algunas islas del archipiélago de Galápagos fueron declaradas por el gobierno ecuatoriano como parque nacional en 1934. Posteriormente en el año 1959 se incorporó a la mayoría de las islas dejando excluidas las zonas que para el momento se encontraban pobladas: Santa Cruz, Isabela, San Cristóbal y Floreana (Figura 2). De acuerdo con la Dirección del Parque Nacional Galápagos entre el 95% y el 97% constituyen el área protegida (PNG & MAE, 2005). Adicionalmente en el año 1984 Galápagos fue declarada por la UNESCO como Reserva de Biósfera. La razón fundamental para declarar las islas como parque nacional y reserva de biosfera son el alto grado de endemismo de las especies de flora y fauna que están presentes (MAE, 2010). En el año 1998 la Reserva Marina de Galápagos fue creada debido a la gran diversidad marina. Esta particularidad en cuanto a las especies únicas que se pueden observar en el archipiélago, junto con la característica de ecosistema insular, hace de Galápagos uno de los atractivos turísticos más importantes del Ecuador.

Galápagos tiene alrededor de 30,000 habitantes en las cuatro islas pobladas, siendo Santa Cruz la isla con el mayor número de pobladores, seguida de San Cristóbal, Isabela y Floreana (INEC & CREGG, 2010). Los primeros colonizadores llegaron al archipiélago a inicios del 1900, pero definitivamente el mayor incremento de la población se ha dado en las últimas décadas debido entre otras cosas, al crecimiento del turismo (Watkins & Cruz, 2007). El turismo en Galápagos empezó entre los 60s y 70s, luego en los 80s empezó el crecimiento acelerado de la actividad hasta la fecha con un número de más de 200.000 visitantes anuales (PNG, 2014). La modalidad con la que inició Galápagos era la de pequeños veleros o barcos de pescadores que visitaban los principales atractivos naturales en el archipiélago. Para muchos autores estas primeras experiencias de turismo en Galápagos son considerados como el lugar donde nació el ecoturismo (Honey, 2008). Lamentablemente, con el incremento del número de turistas y los requerimientos de mayor confort se pasó a cruceros con mayores comodidades y con una mayor capacidad de alojamiento. La modalidad de turismo con base local entró en el mercado turístico mucho más tarde, como una respuesta de la

población local a una participación más activa del “lucrativo” negocio del turismo. Esta modalidad, donde los turistas tienen más contacto con las comunidades locales, es actualmente la que recibe un mayor número de turistas. Muchos de los residentes han adecuado sus viviendas para poder recibir a los turistas que llegan a las islas pobladas. Sin embargo estas adecuaciones muchas veces adolecen de estándares mínimos de calidad (Muñoz Barriga, 2014).

Figura 2: Área de estudio: Reserva de Biósfera Galápagos



Fuente: Elaboración propia. Se puede observar todas las islas que conforman el archipiélago, así como las principales islas pobladas con los puertos respectivos. En la leyenda está la zona núcleo (core zone), la zona de amortiguamiento (buffer zone) y la zona de transición (transition zone).

Galápagos es la única área protegida del Ecuador en contar con una Ley Especial, expedida en el año 1998. La misma fue el resultado de un largo proceso de participación entre todos los actores clave de los diferentes sectores en el archipiélago. Algunos de los aspectos fundamentales de este cuerpo legal están relacionados con la migración y mercado laboral así como cuotas para la pesca, turismo y educación (LOREG, 1998).

RESULTADOS

El perfil sociodemográfico de los residentes en Galápagos está caracterizado por tener un nivel educativo mucho mayor que algunas zonas del Ecuador continental, como por ejemplo la Amazonía ecuatoriana. Debido a la Ley Especial de Galápagos, los residentes tienen derecho por ley a ganar 75% más que en el Ecuador continental, lo que hace de Galápagos un imán para la migración legal e ilegal. El turismo es por el momento el motor de la economía galapagueña. Muchos residentes consideran la actual situación de beneficios derivados del turismo como inequitativa, puesto que muchos de los ingresos económicos no se reinvierten en la economía local. Paralelamente un número creciente de residentes están luchando por obtener “un pedazo del pastel”, lo que resulta en una mayor presión sobre los recursos naturales, un escenario poco sustentable, turistas insatisfechos y conflictos de diverso orden a diferentes niveles. Pocos son los residentes que estiman por positiva la situación actual de los beneficios económicos derivados del turismo. Sin embargo reconocen que en la última década ha habido una incorporación importante de la comunidad local a través del desarrollo del turismo con base local. El gran crecimiento de esta modalidad se ha dado principalmente en la Isla Santa Cruz que además es la isla con mayor número de habitantes. Las Islas pobladas San Cristóbal e Isabela están en proceso de crecimiento. Prueba de ello son el incremento de las frecuencias de vuelo a las islas, incremento del parque automotor especialmente vehículos para transporte de personas (taxis), nuevos bares, restaurantes, hoteles, etc.

El proceso migratorio en las islas es relativamente reciente (30 años atrás). Para muchos de los residentes actualmente hay una sobrepoblación, sobretodo en la Isla Santa Cruz, donde el desarrollo del turismo ha tenido un mayor impulso que en las otras islas pobladas. Adicionalmente existen muchos casos de migración ilegal a las islas, sobretodo de ecuatorianos buscando mejores condiciones de vida que en el continente. Muchos de ellos se dedican a actividades que los locales rechazan (choferes de taxis, empleadas domésticas, albañiles, agricultores). Los residentes locales con más tiempo en las islas (nacidos en las islas o con más de 30 años de residencia) culpan a los inmigrantes por muchos de los problemas del archipiélago, como por ejemplo la ausencia de una conciencia ambiental, la basura y además los responsabilizan de usurpar los trabajos. Dicha situación responde al típico patrón del turismo, donde hay una demanda creciente de bienes y servicios que a la larga deja menos ganancias en la economía local y desplaza a los residentes. Los migrantes (legales e ilegales) envían el dinero a sus sitios de origen, viviendo con lo mínimo en Galápagos.

Por otro lado los residentes permanentes no tienen educación y entrenamiento suficientes y sus

expectativas laborales están relacionadas con puestos gerenciales negando cualquier posibilidad ligada a puestos operativos. Esto tiene un impacto en la economía local que voluntaria o involuntariamente tiene que apoyar la migración ilegal, puesto que gente foránea está dispuesta a realizar lo que los locales rechazan por salarios inferiores a los establecidos por la Ley Especial de Galápagos.

La conciencia ambiental es prácticamente nula en las Galápagos tanto por parte de los viejos residentes como de los recién llegados, incluso muchos de ellos no saben que viven en un parque nacional y/o una reserva de biósfera y todo lo que esto implica. Lo que al final se impone es la necesidad de obtener recursos económicos a corto plazo, sin pensar en las consecuencias a largo plazo. A ello se suma falta de innovación y pasividad por parte de los residentes. Así muchos de ellos están únicamente copiando lo que hacen otros o esperando que las autoridades gubernamentales les den a manos llenas lo que necesitan. Es decir el “dinero fácil” es el *modus vivendi* de muchos de ellos.

Hay un permanente conflicto entre los diferentes actores involucrados directa o indirectamente con el turismo en Galápagos. Los ambientalistas atribuyen a los residentes en general la situación actual de insostenibilidad ecológica en el archipiélago, sobre todo en las islas pobladas. Muchos de ellos, incluso son de la idea de expatriar a los residentes al continente con la finalidad de conservar la biodiversidad de las islas. Uno de los argumentos es que el desarrollo planteado por los municipios está afectando seriamente la conservación. De acuerdo con ellos, proyectos relativos a los servicios básicos (agua potable, sistema de recolección de basura, electricidad) son nocivos para la conservación de las islas. Sin embargo los residentes argumentan en cambio que las organizaciones ambientalistas y la administración del parque nacional quieren favorecer los intereses de los grandes capitales (cruceros y hoteles de lujo) y por ello se oponen a cualquier proyecto de desarrollo (auspiciado normalmente por los municipios y las comunidades locales), evitando de esta manera el progreso socio-económico de la población local.

En este escenario, el tema de regulación y control es una tarea bastante difícil de alcanzar. Se expresa el permanente conflicto conservación versus desarrollo entre las autoridades y ambientalistas por un lado y la comunidad local y los municipios por el otro. Para muchos residentes el tema del control es una forma sutil de evitar el desarrollo de los residentes, además que sienten que muchas veces el control no es justo ni equitativo y que está direccionado sospechosamente. Esto da como resultado que muchos de los residentes no cumplen las normas y regulaciones lo que conduce a la ilegalidad e informalidad como una norma socialmente aceptada entre los residentes. No es raro encontrar choferes sin permiso manejando taxis, casas con cuartos de alquiler para turistas sin registro por parte del Ministerio de Turismo, guías naturalistas sin licencia para guiar. La consecuencia lógica de este comportamiento es la evasión de impuestos que afecta finalmente la economía y desarrollo local que los mismos residentes están promoviendo. Además la calidad en muchos de los servicios ofertados por los residentes es baja, así como los estándares ambientales

que deben cumplir. Estas características de esta modalidad de turismo con base local atraen turistas con bajo presupuesto que dejan poco en la economía local. A continuación se resumen los principales resultados en la Tabla 1.

Tabla 1: Resumen de los principales resultados del análisis cualitativo

Ejes turismo sustentable	Factores más importantes
Ambiental	El turismo constituye actualmente una amenaza para la conservación del ecosistema insular
	En general ausencia casi total de conciencia ambiental frente a un deseo de progreso sin importar los costos (ambientales, sociales, económicos)
Económico	Mayor competencia por participar en el turismo, lo que resulta en una presión sobre los recursos naturales, menos beneficios económicos, declive de la calidad, conflictos socio-ambientales
	Economía local altamente dependiente de bienes y servicios
	Los residentes perciben la situación de beneficios como inequitativa aunque el negocio sigue siendo lucrativo.
Socio-cultural	La migración sigue siendo un imán y a la vez un factor de permanente conflicto
	Permanente conflicto entre conservación y desarrollo. Los conservacionistas culpan a los residentes de la insostenibilidad ecológica en las islas pobladas. Los residentes argumentan que en nombre de la conservación se quiere evitar el desarrollo socio-económico de la comunidad local
	Regulación y control son una tarea difícil dado el conflicto permanente que da como resultado ilegalidad e informalidad que van en detrimento de la economía local y de la calidad de los servicios.

Elaboración propia

CONCLUSIONES

En general, se asume que el turismo es una actividad que debería desarrollarse manteniendo un balance entre el medio ambiente y el desarrollo en las reservas de biósfera. En el caso de Galápagos el turismo *per se* es uno de los principales factores de riesgo para la conservación de la biodiversidad, debido al incremento acelerado del número de turistas. Desde el punto de vista ambiental existen serios problemas, ligados sobre todo a la contaminación de las fuentes de agua que conlleva riesgos para la salud tanto de los pobladores como de los turistas. El problema se agrava, debido a la escasez de agua dulce que es particularmente crítica en Galápagos, dada su condición de hábitat insular. La introducción de especies exóticas constituye en Galápagos una de las amenazas más graves para la conservación de las especies nativas que está indirectamente asociada con el incremento del número de turistas y pobladores a las islas.

En cuanto a los factores socio-culturales, sin duda los procesos migratorios configuran las actitudes y valores de la población residente actual. En Galápagos la mayoría de los residentes son migrantes *recientes*. En general, entre los habitantes no se ha desarrollado todavía una verdadera

conciencia ambiental, sino más bien una valoración en función del uso. Es decir, “se usa ahora sin preocuparse por el mañana”. Como resultado final se privilegia el desarrollo económico sobre la conservación del medio ambiente.

Los servicios turísticos ofertados actualmente por las comunidades locales tienen bajos estándares de calidad y apuntan hacia un segmento del mercado constituido por turistas con bajo presupuesto. Por ende, generalmente, la oferta directa de la comunidad consigue captar únicamente un porcentaje reducido de los ingresos del turismo. A esto se añade, la presencia de grandes empresas operando cruceros y hoteles de lujo que son las que se llevan la mayor parte de los réditos económicos derivados del turismo. Muchas de ellas tienen sus oficinas en las principales ciudades de Ecuador o en el extranjero, lo cual significa que pagan sus impuestos en dichas ciudades y no en los sitios donde llevan a cabo la actividad turística. La inequidad en el reparto de los beneficios económicos derivados del turismo conduce a una situación de frustración y descontento entre los pobladores. A pesar de esta situación, el turismo sigue siendo una actividad rentable y los residentes intentan sacarle el máximo provecho al menor costo posible sin importar los impactos ambientales y sociales. Informalidad e ilegalidad constituyen muchas veces la norma. Este panorama conduce inevitablemente a un decrecimiento en la calidad de los servicios, un incremento descontrolado de la oferta y la consecuente caída de precios y en general el declive del destino, que finalmente implica a largo plazo menos turistas, más deterioro ambiental y menos beneficios económicos para los residentes. En este contexto se presenta un conflicto entre la comunidad local y las grandes empresas foráneas. Se torna urgente cuestionar qué tan sustentables son las operaciones de éstas últimas cuando, más allá de los estándares ambientales, la retribución económica y el contacto con la comunidad local son mínimos, reproduciendo el famoso modelo de “Turismo de Enclave”. Por otro lado, también es importante evaluar la sustentabilidad de las operaciones del turismo con base local, donde muchas veces los estándares mínimos ambientales y de calidad son cuestionados. Si bien se está favoreciendo en parte la economía y el bienestar de las comunidades locales, la conservación del archipiélago está en riesgo. Es importante tomar en cuenta todas estas consideraciones para evitar el declive del destino con la consecuente degradación ambiental, disminución de beneficios económicos y conflictos sociales. El ansiado balance entre conservación y desarrollo en reservas de biósfera no es fácil y por ello requiere de estrategias claras de participación de la comunidad local, una buena gobernanza a todos los niveles de gobierno, una planificación estratégica, educación y capacitación en diferentes niveles, y un monitoreo constante de la actividad que considere tanto los parámetros ambientales, económicos y sociales involucrados en el manejo del turismo en un área protegida. Por ello es fundamental que el turismo en Galápagos sea manejado como un sistema socio-ecológico, lo que significa el manejo integral, interdisciplinario y transdisciplinario.

AGRADECIMIENTO: El presente trabajo fue presentado en el VI Congreso Latinoamericano de Investigación Turística en Neuquén, Argentina realizado entre el 25 y 27 de septiembre del 2014. Los resultados además corresponden a la tesis doctoral de la autora.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aas, C.; Ladkin, A. & Fletcher, J.** (2005) "Stakeholder collaboration and heritage management". *Annals of Tourism Research* 32(1): 28-48
- Aguirre, G. J.** (2006) "Linking national parks with its gateway communities for tourism development in Central America: Nindiri, Bagazit, Costa Rica and Portobelo, Panama". *Pasos* 4(3): 351-371
- Bramwell, B. & Lane, B.** (2008) "Priorities in sustainable tourism research". *Journal of Sustainable Tourism* 16(1): 1-4
- Bramwell, B. & Lane, B.** (2012) "Tourism governance. Critical perspectives on the governance and sustainability". Routledge, London
- Buckley, R.** (2012) "Sustainable tourism: Research and reality". *Annals of Tourism Research* 39(2): 528-546
- Butler, R. W.** (1980) "The concept of a tourist area cycle of evolution - Implications for management of resources". *Canadian Geographer-Geographe Canadien* 24(1): 5-12
- Cole, S.** (2012) "Synergy and congestion in the tourist destination life cycle". *Tourism Management* 33(5): 1128-1140
- César Dachary, A. & Arnaiz, S. M.** (2006) "El estudio del turismo ¿Un paradigma en formación?". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 15(2): 179-193
- de Araujo, L. M. & Bramwell, B.** (2002) "Partnership and regional tourism in Brazil". *Annals of Tourism Research* 29(4): 1138-1164
- Denscombe, M.** (2007) "The Good Research Guide". McGraw-Hill Education, New York
- Diamantis, D.** (1999) "The Concept of Ecotourism: Evolution and Trends". *Current Issues in Tourism* 2(2-3): 93-122
- Diedrich, A. & García-Buades, E.** (2009) "Local perceptions of tourism as indicators of destination decline". *Tourism Management* 30(4): 512-521
- Durham, W. H.** (2008) "Fishing for solutions: Ecotourism and conservation in Galapagos National Park". En: Stronza, A. & Durham, W. H. (editores) *Ecotourism and Conservation in the Americas*. Ecotourism Series, Number 7, CABI Publishing, Cambridge, pp. 66-90
- Eagles, P. F. J.** (2002) "Trends in park tourism: economics, finance and management". *Journal of Sustainable Tourism* 10(2): 132-153
- Epler Wood, M.** (2007) "Chapter 9 The role of sustainable tourism in international development: prospects for economic growth, alleviation of poverty and environmental conservation". En: Higham, J. (editor) *Critical Issues in Ecotourism*. Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 158-184
- Fennell, D. A.** (1999) "Ecotourism: An Introduction". GBR – Routledge, London
- Friese, S.** (2012) "Qualitative data analysis with atlas.ti". Sage Publications, Thousand Oaks
- Hall, M.** (2012) "A typology of governance and its implications for tourism policy analysis". En: Bramwell, B. & Lane, B. (Editores) *Tourism governance: critical perspectives on governance and sustainability*. Routledge, London, pp. 27-47
- Ham, S. H. & Weiler, B.** (2002) "Chapter 3 - Interpretation as the centrepiece of sustainable wildlife tourism". En: Harris, R.; Griffin, T. & Williams, P. (Editores) *Sustainable Tourism*. Butterworth-

Heinemann, Sydney, pp. 35-44

Higham, J. E. S. (2007) "Critical issues in ecotourism: understanding a complex tourism phenomenon". Butterworth-Heinemann, Oxford

Honey, M. (2008) "Ecotourism and sustainable development: who owns paradise?" Island Press, Covelo

Hunter, C. (2002) "Chapter 1. Aspects of the sustainable tourism debate from a natural resources perspective". En: Harris, R; Griffin, T. & Williams, P. (Editores) Sustainable Tourism. Butterworth-Heinemann, Sydney, pp. 3-23

INEC & CREGG - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos & Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos (2010) "Encuesta de condiciones de vida Galápagos 2009-2010". Quito

Jafari, J. (2000) "Encyclopedia of tourism". Routledge - Taylor & Francis Group, New York

Kim, K; Uysal, M. & Sirgy M. J (2013) "How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?" Tourism Management 36(0): 527-540

LOREG (1998) "Ley de Régimen Especial para la Conservación y el Desarrollo Sustentable de la provincia de Galápagos". No. 276. Registro Oficial Ecuador, Quito

MAE – Ministerio del Ambiente de Ecuador (2010) "Reservas de Biósfera del Ecuador: Lugares excepcionales". Ministerio del Ambiente de Ecuador – GIZ – WCS – NCI - UNESCO, Quito

Moscardo, G. (2011) "Exploring social representations of tourism planning: issues for governance". Journal of Sustainable Tourism 19(4-5): 423-436

Muñoz Barriga, A. (2014) "Governance and management of tourism in two biosphere reserves: Galapagos and Sumaco". Tesis Doctoral. Ernst-Moritz-Arndt University of Greifswald, Greifswald

Muñoz Justicia, J. (2003) "Análisis cualitativo de datos textuales con ATLAS/ti". Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona

Nicholas, L. N; Thapa, B. & Ko, Y. (2009) "Residents' perspectives of a world heritage site: The Pitons Management Area, St. Lucia". Annals of Tourism Research 36(3): 390-412

Nyaupane, G. P. & Poudel S. (2011) "Linkages among biodiversity, livelihood, and tourism". Annals of Tourism Research 38(4): 1344-1366

Olson, E. A. (2012) "Notions of rationality and value production in ecotourism: examples from a Mexican biosphere reserve". Journal of Sustainable Tourism 20(2): 215-233

Orams, M. B. (1995) "Towards a more desirable form of ecotourism". Tourism Management 16(1): 3-8

PNG (2014) "Parque Nacional Galápagos". Recuperado el 19 de febrero de 2014, de <http://www.galapagospark.org/>

PNG & MAE - Parque Nacional Galapagos & Ministerio de Ambiente del Ecuador (2005) "Plan de manejo del Parque Nacional Galápagos". Puerto Ayora, Galápagos

Rozzi, R.; Massardo, F.; Cruz, F.; Grenier, C.; Muñoz, A.; Müller, E. & Elbers, J. (2010) "Galápagos and Cape Horn: Ecotourism or Greenwashing in Two Iconic Latin American Archipelagoes?" Environmental Philosophy 7(2): 1-32

Schliep, R. & Stoll-Kleemann, S. (2010) "Assessing governance of biosphere reserves in Central Europe". Land Use Policy 27(3): 917-927

- Sharpley, R.** (2010) "The myth of sustainable tourism". CSD Center for Sustainable Development, University of UCLan, Preston
- Stoll-Kleemann, S. & Welp, M.** (2006) "Stakeholder dialogues in natural resources management: theory and practice". Springer, Berlin
- Stronza, A. & Gordillo, J.** (2008) "Community views of ecotourism". *Annals of Tourism Research* 35(2): 448-468
- Tosun, C.** (2000) "Limits to community participation in the tourism development process in developing countries". *Tourism Management* 21(6): 613-633
- UNEP & UNWTO** (2005) "Making tourism more sustainable". A guide for policy makers. United Nations Environment Programa and World Tourism Organization, Madrid
- UNESCO-MAB** (1996) "Biosphere reserves: The Seville strategy and the statutory framework of the world network". United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Man and Biosphere Programme, Paris
- UNWTO – Organización Mundial del Turismo** (2002) "Sustainable development of ecotourism: a compilation of good practices". Madrid
- Waligo, V. M.; Clarke, J. & Hawkins, R.** (2013) "Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework". *Tourism Management* 36(0): 342-353
- Watkins, G. & F. Cruz** (2007) "Galapagos at risk. A socioeconomic analysis". Charles Darwin Foundation, Puerto Ayora
- WCED** (1987) "Our common future. Oxford." Oxford University Press, New York
- Weaver, D. B.** (1999) "Magnitude of ecotourism in Costa Rica and Kenya". *Annals of Tourism Research* 26(4): 792-816
- Weaver, D. & Oppermann, M.** (2000) "Tourism management". Chichester - Wiley, New York
- Wheeller, B.** (1992) "Is progressive tourism appropriate?" *Tourism Management* 13(1): 104-105
- Yüksel, F.; Bramwell, B. & Yüksel, A.** (2005) "Centralized and decentralized tourism governance in Turkey". *Annals of Tourism Research* 32(4): 859-886

Recibido el 30 de septiembre de 2014

Reenviado el 22 de noviembre de 2014

Aceptado el 28 de noviembre de 2014

Arbitrado anónimamente

EL MÉTODO DEP COMO HERRAMIENTA PARA EL ANÁLISIS DE DESTINOS TURÍSTICOS

Su aplicación en Ilhéus/BA – Brasil

Marco Aurélio Avila*

Aline Conceição Souza**

William de Araújo Figueira***

Gustavo Pereira da Cruz****

Universidade Estadual de Santa Cruz

Ilhéus/BA, Brasil

Resumen: El estudio del turismo en comparación con otras áreas del conocimiento aún es muy incipiente. La producción científica a pesar de que ha crecido aún carece de madurez y de análisis compatibles con la especificidad y complejidad de la actividad. Para este estudio se desarrolló una nueva metodología de diagnóstico de destinos turísticos que fue aplicada como estudio piloto en la ciudad de Ilhéus/BA, Brasil. Este nuevo método, denominado Diagnóstico Estratégico Participativo Ponderado - DEP, consiste en la fusión de dos métodos tradicionales de diagnóstico: el DAFO (Deficiencias, Amenazas, Fuerzas y Oportunidades) y la técnica Delphi. El estudio tiene carácter interdisciplinario con un abordaje cuantitativo. La recolección y sistematización de los datos fue estructurada en tres etapas: el Análisis DAFO, el Método DELPHI y el tratamiento estadístico. El análisis de los resultados se realizó con el método descriptivo. La fusión de las dos técnicas resultó viable e interesante pero surgió una dificultad de acceso a los especialistas en el análisis Delphi. Se espera que el estudio sirva de base para la realización de planificaciones más eficaces y ayude en la toma de decisiones a los gestores y la sociedad civil organizada.

PALABRAS CLAVE: turismo, planificación, DAFO, Delphi, Ilhéus/BA.

Abstract: The SEW - Strategic Empowering Weighed Diagnosis Method as a Tourism Destinations Analysis Tool and its Application in Ilhéus/BA – Brazil. The tourism's studies are incipient compared with other fields. The scientific production is in a development stage due the complexity and specificity of this activity. Therefore, a new diagnosis methodology of tourist destinations was developed and applied as a pilot study in the city of Ilhéus, Bahia, Brazil. This new method, called Strategic Empowering Weighed Diagnosis - SEW is the fusion of two traditional methods of diagnosis, SWOT (Weaknesses, Threats, Strengths and Opportunities) and the Delphi technique. The collection and systematization of data was structured in three stages: a SWOT analysis, followed by the Delphi method and statistical treatments. The analysis was guided by descriptive and explanatory methods. The fusion of the two techniques proved to be feasible and interesting, however there was a deficiency to access the specialists in Delphi analysis. We hope that the study can support the achievement

* Doctor en Turismo y Desarrollo Sustentable por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC), Las Palmas de Gran Canaria, España. Se desempeña como Profesor Titular de la Universidad Estadual de Santa Cruz, Ilhéus/BA, Brasil. E-mail: mavila1000@gmail.com

** Graduada en Ciencias Económicas por la Universidad Estadual de Santa Cruz (UESC), Ilhéus/BA, Brasil. Maestría en Desarrollo Regional y Medio Ambiente por la UESC. Se desempeña como Profesora Asistente en el Departamento de Ciencias Económicas de la UESC. E-mail: aline_c_souza@hotmail.com; acsouza@uesc.br

*** Doctorando en Administración por la Universidad Federal da Bahia, Salvador/BA, Brasil. Becario CNPQ. Se desempeña como Profesor del Departamento de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Estadual de Santa Cruz, Ilhéus/BA, Brasil. E-mail: wafigueira@gmail.com

**** Doctor en Turismo y Desarrollo Sustentable por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC), Las Palmas de Gran Canaria, España. Se desempeña como Profesor Adjunto de la Universidad Estadual de Santa Cruz, Ilhéus/BA, Brasil. E-mail: dacruz7777@gmail.com

more effective planning, and thereby assist the actions and decisions of managers and civil society organized action plans and regional development projects.

KEY-WORDS: *tourism, planning, SWOT, Delphi, Ilhéus/BA.*

INTRODUCCIÓN

Diversos autores (Molina, 2005; Dias, 2003; Bigné et al., 2000; Middleton, 2000; Kotler & Armstrong, 1998) proponen distintas etapas para la elaboración de una planificación turística, mientras que el conjunto de estas etapas normalmente resulta en un compuesto metodológico bastante similar entre sí. En base a los modelos de planificación de esos autores es posible afirmar que el diagnóstico es una de las etapas más importantes porque en ella se generan datos relevantes para llevar a cabo las siguientes etapas en forma coherente y eficaz.

Las complejas redes de relaciones que atraviesan la organización de la actividad turística obligan a que sus gestores adopten medidas adecuadas para tomar decisiones calificadas y precisas. Así, en este estudio se desarrolló una nueva metodología de diagnóstico de destinos turísticos que fue aplicada como estudio piloto en la ciudad de Ilhéus. El método se denomina Diagnóstico Estratégico Participativo Ponderado – DEP y fusiona el método DAFO (Deficiencias, Amenazas, Fuerzas y Oportunidades) denominado en inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) y la técnica Delphi, utilizada recientemente en la planificación turística.

La propuesta de fusión de las dos técnicas surgió en los estudios del Grupo de Investigación, Cultura y Turismo: política y planificación, donde se observó que las herramientas tradicionales resultan insuficientes y en algunos casos poco confiables para el análisis de destinos turísticos.

La creciente importancia del turismo en la región de Ilhéus y los desdoblamientos sociales, económicos y ambientales relacionados con esta actividad fueron factores determinantes para la elección de la ciudad como piloto para el desarrollo del Método DEP. El objetivo del estudio fue desarrollar el Método DEP en la ciudad de Ilhéus, evaluarlo y perfeccionarlo para su aplicación en otros destinos. Asimismo, se espera que este estudio genere conocimientos para subsidiar la realización de planificaciones más eficaces y ayudar en las acciones y la toma de decisiones de los gestores y la sociedad civil organizada en lo que respecta a los planes y proyectos de desarrollo turístico.

La actividad turística en Ilhéus surgió como alternativa a la Crisis del Cacao y ha sido acompañada por graves problemas relacionados principalmente con la falta de planificación en el sector, justificando la necesidad de adoptar una política de desarrollo sustentable compatible con la variedad de atractivos existentes en la ciudad. A pesar de sus potencialidades, Ilhéus no consigue promover adecuadamente el turismo que presenta inconsistencias y una estacionalidad que impide

su pleno desarrollo. Las mayores dificultades de la ciudad son la falta de planificación, de participación y de articulación entre los actores sociales, además de la ineficacia en los procesos de gestión y toma de decisiones (Noia et al., 2009; Pinto, 2008; Mira, 2003; Cerqueira, 2002; Fontes, 2001).

El estudio del turismo si se lo compara con otras ciencias aún es muy incipiente. Hace pocos años que se ha comenzado a considerar en el ámbito científico como área de estudio, la producción científica aún es inmadura y carece de análisis compatibles con la especificidad y complejidad de la actividad (Lohmann & Panosso Netto, 2008).

“El turismo no es una ciencia social o una disciplina independiente, constituye un campo de estudio científico que emplea métodos y conceptos del área de las ciencias sociales constituyendo una subárea del conocimiento” (Dencker, 1998: 36). Panosso Netto (2005: 13) agrega que *“el turismo (aún) constituye un campo de estudio para otras ciencias y no presenta un método de investigación ni un objeto definido, pues no tiene un cuerpo teórico conceptual que le permita ascender al estatus de disciplina, con método de investigación y objeto de estudio propio.”*

Singh (2012) observa que el turismo por ser una actividad multisectorial y fragmentada necesita de un abordaje transdisciplinario para la concepción de nuevas metodologías, proporcionando así innovaciones en el campo de la ciencia.

Este estudio se justifica en razón de la complejidad de los estudios del turismo que es un fenómeno de muchas facetas debido a su carácter interdisciplinario. Así, encontrar la manera más adecuada de integrar los saberes de las diferentes áreas del conocimiento para comprender y contribuir con un turismo más humano es un desafío para los investigadores del área. También se destaca la posibilidad de contribuir con la producción de nuevos saberes, mediante el desarrollo de un método de análisis de destinos turísticos innovador.

Teniendo en cuenta que el marco teórico de este estudio ya fue publicado anteriormente en eventos científicos, aquí se priorizará la descripción del desarrollo de las etapas del método y los resultados sin presentar el debate. El mismo se realizará luego de presentar los resultados a las entidades y actores sociales involucrados en la gobernanza del turismo en Ilhéus.

MARCO TEÓRICO

Analizar el fenómeno turístico sólo por medio de paradigmas económicos lleva a olvidar la dimensión antropológica, considerando a los turistas no como personas sino como simples portadores de dinero. Al mismo tiempo, tratar al turismo sólo a partir de la dimensión socioantropológica y ambiental lleva a olvidar sus derivaciones en el plano económico, lo que puede

constituirse en una visión romántica desplazada de las condiciones históricas actuales (Barretto, 2003).

En lo que se refiere a modelos de planificación se observan cambios visto que *“el modelo de planificación centralizado cedió lugar a los modelos descentralizados, en los cuales los municipios, los gobiernos estatales y las empresas locales desempeñan un rol relevante”* (Molina, 2005: 17-18).

La participación efectiva en la planificación turística presupone una división de poder en el proceso de elaboración, ejecución, control y evaluación. En sentido amplio, participar significa compartir el proceso de toma de decisiones con codecisión y corresponsabilidad.

El método DEP buscó analizar las opiniones de un panel de especialistas del área de estudio para posteriormente someterlas a la evaluación anónima con el fin de organizarlas y validarlas. Así, fue posible promover la participación y valoración de la opinión de representantes de varios sectores sin la manipulación y preponderancia de los intereses de sectores dominantes y/o personas influyentes.

Desarrollo del Método DEP: conceptos, características y aplicaciones

En líneas generales, el Método DEP consiste en la intersección de las ventajas de dos técnicas de análisis (DAFO y Delphi). DAFO es el acrónimo de las palabras Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, y proviene del inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). Esta técnica fue desarrollada en la década de 1960 en las escuelas estadounidenses de administración y busca definir estrategias para mantener puntos fuertes, reducir la intensidad de los puntos débiles, aprovechar las oportunidades y proteger de las amenazas a los negocios, ambientes y escenarios económicos (Bigné et al., 2000).

Helms & Nixon (2010) realizaron un estudio bibliométrico sobre el uso de la herramienta SWOT en un período de 10 años (1999 a 2009) buscando analizar y clasificar los niveles y tipos de aplicaciones. Una de las conclusiones a las que llegaron es que la SWOT necesita ser combinada con otras herramientas o modelos de análisis como por ejemplo las 5 Fuerzas de Porter o el Balance Score Card. Además, los autores coinciden en que estas combinaciones deben estar de acuerdo con la industria en la cual serán aplicadas.

Los conceptos de oportunidad, amenaza, fortaleza y debilidad pueden basarse en juicios subjetivos y así correr el riesgo de ser utilizados incorrectamente (Sainz de Vicuña, 2006). Debido a esto, cuando el estudio solicita mayor rigidez científica es fundamental que sus modelos y resultados sean sometidos a otras técnicas. En ese sentido, este estudio propone el uso articulado con la técnica Delphi, cuyo objetivo principal es analizar la opinión de especialistas sometiéndola a una evaluación

anónima con el fin de validarla. Este panel de especialistas debe responder sucesivas rondas de preguntas en busca de consenso.

Ludwig (citado por Hsu & Sandford, 2007) destaca que el feedback permite e incentiva a los participantes a reevaluar sus juicios iniciales hasta llegar al consenso. Los autores describen estudios que muestran que en muchas situaciones tres o cuatro rondas son suficientes para recolectar los datos necesarios y obtener consenso.

De esta forma, se comprende que se trata de un proceso sistémico e interactivo que permite la participación individual respetando el anonimato de los participantes y haciendo que la transmisión de información entre los participantes no sea influida por la presencia de un grupo manipulador.

Hsu & Sandford (2007) destacan que la realización de un estudio Delphi puede ser demorado debido a la cantidad de rondas, principalmente cuando hay muchos especialistas involucrados. Así, los autores resaltan la administración del tiempo entre las rondas y recomiendan un plazo de dos semanas para regresar los cuestionarios en cada ronda.

METODOLOGÍA

Esta investigación posee carácter interdisciplinario con abordaje cuantitativo (Appolinário, 2006). El análisis de los resultados fue dirigido por el método descriptivo (Dencker, 1998). Los procedimientos adoptados para recolectar los datos son descriptos a continuación.

Análisis DAFO: diagnóstico de la situación

Esta etapa fue realizada entre los días 10 y 30 de agosto de 2012 por un grupo de investigadores indicados por los coordinadores del estudio. El grupo estuvo formado por 2 (dos) doctores y 9 (nueve) masters docentes (egresados de la Maestría en Cultura y Turismo y la Maestría en Desarrollo Regional y Medio Ambiente, y miembros permanentes del Núcleo Temático de Turismo de la Universidad Estadual de Santa Cruz). Considerando la necesidad de anonimato fueron preservadas las identidades de los sujetos.

En base a Avila (2007) y al Plan de Desarrollo Integrado de Turismo Sustentable - Polo Litoral Sul (Secretaria da Cultura e Turismo, s/f) el coordinador elaboró y les presentó a los investigadores un rol preliminar de las Amenazas, Oportunidades, Puntos Fuertes y Débiles del destino turístico Ilhéus. El mismo fue enviado por e-mail a los investigadores quienes le atribuyeron valores de acuerdo con escalas de importancia y gravedad que variaron de 0 a 4 puntos.

Método Delphi

En base a los resultados obtenidos con el Análisis DAFO se elaboraron las tablas con los datos a ser considerados por el Panel de Especialistas del Método Delphi. La composición del Panel de Especialistas fue definida por los coordinadores del estudio y se consideró como especialistas a los gestores de entidades representativas del turismo y a los actores sociales involucrados en la actividad turística de Ilhéus. Los factores predominantes para la elección fueron: tiempo de participación en el turismo, nivel de conocimiento y actuación y formación en el área. Considerando la necesidad de anonimato fue preservada la identidad de los sujetos. Los especialistas fueron identificados por números y la identificación de las entidades fue hecha de manera genérica: Instituto, Cooperativa, Asociación, etc. (Cuadro 1).

Cuadro 1: Composición del Panel de Especialistas

Especialista (numeración)	Referencia - Título - Entidad
1	Maestría en Desarrollo Regional y Medio Ambiente. Graduación en Turismo.
2	Doctor en Turismo y Sustentabilidad. Representante de Instituto.
3	Doctor en Turismo y Desarrollo Sustentable. Profesor Universitario.
4	Periodista y consultor.
5	Representante de cooperativa.
6	Representante de Asociación.
7	Maestría en Responsabilidad Social y Desarrollo de Seres Humanos. Profesor Universitario.
8	Empresario.

Obs: Los representantes de la Secretaría Municipal de Turismo, de una Asociación, del Convention & Visitors Bureau, del SEBRAE y un empresario fueron excluidos del estudio por no responder en la primera etapa del estudio.

Fuente: Elaboración propia

La primera ronda del Delphi se inició con el envío de las tablas a los especialistas por correo electrónico el 3 de diciembre de 2012, solicitándoles que las devolvieran por el mismo canal de comunicación en 7 días. En dos casos se realizó contacto telefónico para hacer aclaraciones adicionales y uno de los participantes solicitó el envío de un instrumento impreso.

El texto del e-mail tuvo la intención de aclarar los objetivos y las características principales del estudio y solicitaba que se manifieste el interés por participar. A todos los participantes se les solicitó que completaran el formulario conforme las instrucciones. Los formularios, derivados del análisis DAFO, incluían un conjunto de tópicos sobre el destino turístico Ilhéus organizados en Puntos Fuertes, Puntos Débiles, Oportunidades y Amenazas. El Cuadro 2 presenta sólo los Puntos Fuertes.

Algunos participantes solicitaron un plazo mayor para responder. De esta forma la primera etapa se cerró el 7 de enero de 2013. Las respuestas de los especialistas fueron interpretadas y organizadas conforme el grado de homogeneidad o distinción de las mismas. Este proceso se llevó a cabo de igual manera en la segunda etapa (del 26 de marzo al 16 de abril de 2013) y en la tercera (del 29 de abril al 2 de mayo de 2013). Se observa que dos especialistas no respondieron en la tercera etapa.

Cuadro 2: Puntos Fuertes del destino turístico Ilhéus/BA

PUNTOS FUERTES	Ponderación										Completar las líneas con la nota atribuida al enunciado	¿Qué cambios / sugerencias propone para que el enunciado reciba 10? (opcional)
	No estoy de acuerdo ←					Estoy totalmente de acuerdo →						
Atractivos naturales.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Atractivos culturales.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Existencia de un Centro de Convenciones en la ciudad.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Características vinculadas al pueblo baiano como simpatía, hospitalidad y acogimiento.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Imagen de la ciudad asociada al escritor Jorge Amado.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Sistema de acceso carretero fortalecido por la existencia de puerto y aeropuerto.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Infraestructura turística instalada.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Existencia de haciendas históricas de la cultura Del cacao.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Señalización turística en buen estado de conservación.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Itinerarios elaborados y en desarrollo en la Costa del Cacao.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		

Fuente: Elaboración propia

Tratamiento estadístico del Análisis Delphi

Para analizar las respuestas fueron utilizadas Medidas de Tendencia Central que caracterizan los grupos como un todo describiéndolos de forma más compacta (Media Aritmética, Mediana, Moda) y Medidas de Dispersión (Variancia y Desvío Patrón), utilizando las siguientes fórmulas:

- Media Aritmética: corresponde a un valor representativo del centro geométrico de un conjunto de datos, representado por la división de la suma de los datos dividido la cantidad de números de la serie:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Nota: $\bar{x}$ – Representa la Media Aritmética; x_i – Valores observados y n – Cantidad de números de la serie.

- Mediana: medida cuyo valor se localiza en el centro exacto de la serie ordenada. O sea, debajo de la mediana deberá estar el 50% de los elementos analizados y por encima de la mediana deberá estar el 50% de los datos analizados. El valor para la mediana depende de la cantidad n de elementos presentes en la serie analizada: si n fuera impar, la mediana sería igual al elemento

central; si n fuera par, la mediana sería igual a la media aritmética de los dos elementos centrales (Bruni, 2009).

$$Me = \frac{n_i}{2}$$

Nota: Me - Representa la mediana y n_i - Número de valores observados en la serie.

- **Moda:** puede ser definida como el valor que ocurre con mayor frecuencia en la distribución de los datos. La serie puede no existir cuando no existe un valor con mayor número de repeticiones, denominadas serie amodal. La moda también puede no ser única cuando más de un dato se presenta con el mismo y mayor número de repeticiones, denominadas multimodales (Bruni, 2009).
- **Variancia:** corresponde a la suma del cuadrado de la diferencia entre cada elemento y su media aritmética, posteriormente dividida por la cantidad de elementos del conjunto:

$$s^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{(n-1)}$$

Nota: s^2 - Variancia; $\bar{x}$ - Representa la Media; x_i - Son los valores observados y n - Es el número total de valores observados.

- **Desvío Patrón:** corresponde a la raíz cuadrada de la variancia o a la raíz cuadrada de la suma del cuadrado de la diferencia entre los elementos de un conjunto y su media aritmética, posteriormente dividida por la cantidad de números del conjunto.

$$s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{(n-1)}}$$

Nota: s^2 - Desvío Patrón; $\bar{x}$ - Representa la Media; x_i - Son los valores observados y n - Es el número total de valores observados.

El test estadístico del Coeficiente de Variación fue utilizado para obtener estabilidad en las respuestas:

$$CV = \frac{s}{\bar{x}} \bullet 100$$

Nota: CV - Coeficiente de Variación; s - Desvío patrón y $\bar{x}$ - Representa la Media.

En cuanto al grado de dispersión después del análisis de Donaire & Donaire (1990) y Fonseca & Martins (1996), se optó por considerar: Baja dispersión - $\leq 15\%$; Media dispersión - $15\% < CV < 30\%$ y Alta dispersión - $\geq 30\%$.

El parámetro utilizado fue la relación porcentual de la media con el desvío patrón. Se utilizó el Coeficiente de Variación (CV) en el que todo enunciado presenta un valor igual o mayor al 15% (Levine et al., 1998).

RESULTADOS

Análisis DAFO

De acuerdo con lo que fue explicado en la metodología un grupo de investigadores atribuyó valores a un rol preliminar de las Amenazas, Oportunidades, Puntos Fuertes y Débiles (debilidades) del destino turístico Ilhéus elaborados a partir de los estudios de Avila (2007) y del Plan de Desarrollo Integrado de Turismo Sustentable - Polo Litoral Sul (PDTIS).

Inicialmente, los puntos fuertes fueron analizados conforme la siguiente escala de importancia: Extremadamente importante - 4; Muy importante - 3; Importante - 2; Poco importante - 1 e Importancia nula - 0.

Posteriormente, los investigadores analizaron las debilidades del destino turístico Ilhéus y atribuyeron valores de acuerdo con la siguiente escala: Extremadamente grave - 4; Muy grave - 3; Grave - 2; Poco grave - 1 y Gravedad nula - 0.

En lo que se refiere a las oportunidades, los investigadores atribuyeron valores al destino turístico Ilhéus de acuerdo con la siguiente escala de significancia: Extremadamente significativa - 4; Muy significativa - 3; Significativa - 2; Poco significativa - 1 y Significancia nula - 0.

Finalmente, en relación a las amenazas los investigadores atribuyeron valores al destino turístico Ilhéus de acuerdo con la siguiente escala de significancia: Extremadamente significativa - 4; Muy significativa - 3; Significativa - 2; Poco significativa - 1 y Significancia nula - 0.

Los datos fueron tabulados y se les atribuyó la media a fin de organizarlos para iniciar la aplicación de la técnica Delphi (Tablas 1, 2, 3 y 4). En base al Análisis DAFO se elaboraron los formularios enviados a los especialistas, conforme se indica anteriormente en la metodología.

Tabla 1: Puntos Fuertes del destino turístico Ilhéus tabulados

PUNTOS FUERTES	Extremadamente importante	Muy importante	Importante	Poco importante	Importancia nula	Me-dia
Atractivos naturales	100%					4,00
Atractivos culturales	85,7%	14,3%				3,86
Existencia de un Centro de Convenciones en la ciudad.	28,6%	57,1%	14,3%			3,14
Características vinculadas al pueblo baiano como simpatía, hospitalidad y acogimiento.	42,9%	28,6%	28,6%			3,14
Imagen de la ciudad asociada al escritor Jorge Amado.	28,6%	57,1%		14,3%		3,00
Sistema de acceso carretero, fortalecido por la existencia de puerto y aeropuerto.	28,6%	42,9%	28,6%			3,00
Infraestructura turística instalada.	14,3%	42,9%	28,6%	14,3%		2,57
Existencia de haciendas históricas de la cultura del cacao.	14,3%	14,3%	71,4%			2,43
Señalización turística en buen estado de conservación.	14,3%	14,3%	57,1%	14,3%		2,29
Itinerarios elaborados y en desarrollo en la Costa del Cacao.		28,6%	57,1%	14,3%		2,14

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Puntos débiles del destino turístico Ilhéus tabulados

PUNTOS DÉBILES (DEBILIDADES)	Extremadamente grave	Muy grave	Grave	Poco grave	Gravedad nula	No respondió	Media
Secretaría Municipal de Turismo mal equipada y con empleados poco preparados para el ejercicio de sus funciones.	100%						4,00
Ausencia o ineficiencia de los Planes de Desarrollo del Turismo y áreas afines.	85,7%	14,3%					3,86
Carencia de opciones de ocio durante la temporada baja.	71,4%	28,6%					3,71
Dificultades para obtener recursos debido a la ineficiencia del municipio.	71,4%	28,6%					3,71
Baja calidad de la prestación de los servicios.	57,1%	28,6%				14,3%	3,67
Carencia de acciones volcadas a la promoción y divulgación del destino Ilhéus.	57,1%	42,9%					3,57
Baja articulación entre los actores sociales involucrados en la actividad turística.	71,4%	14,3%	14,3%				3,57
Carencia de opciones recreativas nocturnas.	57,1%	42,9%					3,57
Baja capacidad administrativa y empresarial del sector privado.	57,1%	42,9%					3,57
Precariedad de la infraestructura básica como servicios hospitalarios, abastecimiento de agua y energía.	57,1%	28,6%	14,3%				3,43
Carencia de datos estadísticos sobre el turismo.	57,1%	14,3%	28,6%				3,29
Carencia de opciones de ocio para los días de lluvia.	57,1%		14,3%	14,3%		14,3%	3,17
Inoperancia del Convention & Visitors Bureau.	42,9%	42,9%		14,3%			3,14
Concentración del turismo en el verano, asociado a excesos y oportunismos debido a la estacionalidad.	28,6%	42,9%	28,6%				3,00
Comunidad con escasa consciencia sobre la importancia y valor del patrimonio histórico.	14,3%	57,1%	28,6%				2,86
Indigencia social y baja calidad de vida de los residentes.	14,3%	57,1%	14,3%	14,3%			2,71
Degradación del patrimonio por falta de cuidado y conservación.	28,6%	28,6%	28,6%	14,3%			2,71
Imagen turística asociada principalmente a un único atractivo natural: las playas.	28,6%		71,4%				2,57
Poco uso de la obra y la figura de Jorge Amado como propulsores de la imagen turística.		28,6%	42,9%	28,6%			2,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Oportunidades del destino turístico Ilhéus tabuladas

OPORTUNIDADES	Extremadamente significativa	Muy significativa	Significante	Poco significativa	Significancia nula	Media
Integración entre la Costa del Cacao y la Costa del Dendê, creando mayores posibilidades de desarrollo de itinerarios y aumentando la permanencia media de los turistas en la región.	71,4%	28,6%				3,71
Posibilidad de fortalecimiento de Cadenas Productivas relacionadas con el turismo.	42,9%	57,1%				3,43
Posibilidad de integración del producto principal (sol y playa) con productos complementarios (ecoturismo, rural, cultural, aventura y deportivo).	42,9%	42,9%		14,3%		3,14
Facilidad de acceso a los atractivos naturales y culturales.	42,9%	28,6%	28,6%			3,14
Costa incorporada a las rutas de cruceros marítimos.	28,6%	57,1%	14,3%			3,14
Proyección de la imagen de Brasil, en función de los Mega eventos deportivos que tendrán lugar en el país.	57,1%		42,9%			3,14
La ciudad aún posee recursos turísticos inexplorados o subaprovechados.	42,9%	28,6%	28,6%			3,14
Alto grado de fidelidad de los visitantes.	28,6%	57,1%	14,3%			3,14
Crecimiento de productos turísticos alternativos debido a las nuevas tendencias en el comportamiento y actitudes del consumidor turístico.	42,9%	28,6%	14,3%	14,3%		3,00
Construcción del Porto Sul y su consecuente incremento del Turismo de Negocios y Eventos.	42,9%	28,6%	14,3%	14,3%		3,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Amenazas del destino turístico Ilhéus tabuladas

AMENAZAS	Extremadamente significativa	Muy significativa	Significante	Poco significativa	Significancia nula	Media
Baja integración y cooperación entre municipios de la Costa del Cacao.	57,1%	42,9%				3,57
Flujo turístico predominantemente infraestadual con baja propensión a gastar.	42,9%	42,9%	14,3%			3,29
Posibilidad de perjuicio de la imagen del destino turístico debido a la inadecuada infraestructura de saneamiento básico.	28,6%	57,1%	14,3%			3,14
Poca diversidad de emisores.	14,3%	42,9%	28,6%	14,3%		2,57
Aumento de la competitividad turística con entrada al mercado de nuevos destinos con propuestas similares.	28,6%	14,3%	28,6%	28,6%		2,43
Posibilidad de perjuicio de la imagen turística de la ciudad debido a la existencia de impactos provocados por los emprendimientos previstos para la región, especialmente el Porto Sul.	14,3%	42,9%	14,3%	14,3%	14,3%	2,29
Baja valoración de las características culturales de Ilhéus por parte de los visitantes.	14,3%	14,3%	57,1%	14,3%		2,29
Crisis económica mundial.	14,3%		71,4%	14,3%		2,14
Proceso de especulación inmobiliaria en expansión.	14,3%		42,9%	14,3%	28,6%	1,57

Fuente: Elaboración propia

Análisis Delphi

La primera ronda fue enviada a los especialistas por correo electrónico solicitando que fueran devueltas por el mismo canal de comunicación. Posteriormente, se inició el *feedback* o retroalimentación para mejorar la calidad del producto grupal. La segunda etapa fue enviada a los especialistas sólo con los tópicos que obtuvieron un relevante grado de discordancia.

Una vez concluida la segunda ronda se repitió el procedimiento de las etapas anteriores buscando mejorar la calidad del producto grupal. Así, el formulario de la tercera ronda (final) fue enviado a los especialistas sólo con los tópicos que obtuvieron un relevante grado de discordancia.

Después de mejorar el trabajo grupal caracterizado por el análisis estadístico y el cálculo de la media, mediana, desvío patrón y coeficiente de variación, los coordinadores del estudio elaboraron las Tablas 5, 6, 7 y 8. Éstas presentan los resultados finales resumidos del Diagnóstico Estratégico Participativo Ponderado del destino turístico Ilhéus y contienen los tópicos que obtuvieron consenso entre los especialistas después de las tres etapas realizadas.

Tabla 5: Puntos Fuertes - Matriz de Evaluación Estratégica

Puntos Fuertes	1ª ronda		2ª ronda		3ª ronda	
	Mediana	Media	Mediana	Media	Mediana	Media
Imagen de la ciudad asociada al escritor Jorge Amado	9,5	9,25				
Sistema de acceso terrestre fortalecido por el puerto y el aeropuerto	8,0	7,86				
Atractivos naturales	8,0	8,38	8,0	8,50		
Itinerarios elaborados y en desarrollo en la Costa del Cacao	6,5	6,38	5,5	5,67		
Existencia de haciendas históricas de la cultura del cacao	7,5	7,25	7,0	7,67	8,0	7,80
Atractivos culturales	7,5	7,63	7,5	7,67	8,0	7,60
Características vinculadas al pueblo baiano: simpatía, hospitalidad y acogimiento	7,5	7,50	7,5	7,17	7,0	7,00
Existencia de un Centro de Convenciones en la ciudad	7,0	7,50	7,0	7,17	7,0	6,80
Infraestructura turística instalada	5,0	5,38	5,5	5,83	5,0	5,10

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Puntos débiles - Matriz de Evaluación Estratégica

Puntos Débiles	1ª ronda		2ª ronda		3ª ronda	
	Mediana	Media	Mediana	Media	Mediana	Media
Concentración del turismo en el verano, asociado a excesos y oportunismos en razón de la estacionalidad	9,0	8,88				
Precariedad de la infraestructura básica como: servicios hospitalarios, abastecimiento de agua y energía	8,5	8,75				
Degradación del patrimonio por falta de cuidado y conservación	8,0	8,25				
Poco uso de la obra y la figura de Jorge Amado como propulsores de la imagen turística	7,0	6,57				
Ausencia o ineficiencia de Planes de Desarrollo del Turismo y áreas afines	10,0	9,13	10,0	9,67		
Secretaría Municipal de Turismo mal equipada y con empleados poco preparados para el ejercicio de sus funciones	9,5	9,00	9,5	9,50		
Carencia de opciones de ocio los días de lluvia	8,0	7,75	9,5	9,50		
Comunidad con escasa conciencia sobre la importancia y el valor del patrimonio histórico	9,0	8,50	9,5	9,33		
Baja articulación entre los actores sociales involucrados en la actividad turística	8,0	7,63	9,5	9,17		
Inoperancia del Convention & Visitors Bureau	9,0	8,75	9,0	9,00		
Carencia de opciones de recreativas nocturnas	9,0	8,13	9,0	8,67		
Carencia de datos estadísticos sobre el turismo	8,5	8,00	9,0	8,67		
Baja calidad de la prestación de los servicios	8,0	8,25	8,5	8,67		
Baja capacidad administrativa y empresarial del sector privado	8,0	7,43	9,0	8,50		
Carencia de acciones volcadas a la promoción y difusión del destino Ilhéus	7,5	7,50	8,0	8,00		
Carencia de opciones de ocio durante la baja temporada	9,5	8,13	9,0	8,67	9,0	8,80
Dificultades para obtener recursos en función de la ineficiencia del municipio	10,0	8,13	10,0	9,17	9,0	8,80

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: Oportunidades - Matriz de Evaluación Estratégica

Oportunidades	1ª ronda		2ª ronda		3ª ronda	
	Mediana	Media	Mediana	Media	Mediana	Media
Posibilidad de integración del producto principal (sol y playa) con productos complementarios (ecoturismo, rural, cultural, aventura y deportivo)	9,5	9,38				
La ciudad aún posee recursos turísticos inexplorados o subaprovechados	9,0	9,00				
Construcción del Porto Sul y el consecuente incremento del turismo de negocios y eventos	9,0	8,57				
Posibilidad de fortalecer las cadenas productivas relacionadas con el turismo	8,0	8,50				
Facilidad de acceso a los atractivos naturales y culturales	8,5	8,38	9,0	8,67		
Integración entre la Costa del Cacao y la Costa del Dendê, creando mayores posibilidades de desarrollo de itinerarios y aumentando la permanencia media de los turistas en la región	8,5	8,25	8,5	8,33		
Proyección de la imagen de Brasil en función de los mega eventos deportivos que se llevarán a cabo en el país	8,0	7,63	7,5	7,83		
Crecimiento de productos turísticos alternativos en función de las nuevas tendencias de comportamiento y actitudes del consumidor turístico	7,5	7,38	8,0	7,17	8,0	7,80
Costa incorporada a las rutas de cruceros marítimos	8,5	7,88	7,5	7,67	7,0	7,40

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: Amenazas - Matriz de Evaluación Estratégica

Amenazas	1ª ronda		2ª ronda		3ª ronda	
	Mediana	Media	Mediana	Media	Mediana	Media
Posibilidad de perjuicio en la imagen turística de la ciudad debido a la existencia de impactos provocados por los emprendimientos previstos para la región, especialmente Porto Sul	9,5	9,25				
Flujo turístico predominantemente infraestadual con baja propensión a gastar	8,0	7,75	8,5	8,83		
Baja integración y cooperación entre los municipios de la Costa del Cacao	9,0	8,63	9,0	8,67		
Poca diversidad de emisores	7,0	6,86	8,0	8,00		
Aumento de la competitividad turística con entrada al mercado de nuevos destinos con propuestas similares	7,0	6,13	7,5	7,50	8,0	7,60

Fuente: Elaboración propia

La concentración de información permitió identificar y establecer un ranking de las cuestiones internas (debilidades y fortalezas) y externas (oportunidades y amenazas) del destino turístico Ilhéus, reuniendo datos importantes para la toma de decisiones o la realización de cambios operativos.

CONCLUSIONES

Este estudio presentó los resultados del desarrollo de una herramienta innovadora para la realización de diagnósticos de destinos turísticos, el DEP - Diagnóstico Estratégico Participativo Ponderado. Se buscó que sea un instrumento de apoyo a la actuación de los gestores públicos, empresarios e instituciones relacionadas con el desarrollo del turismo.

Se considera que los objetivos fueron alcanzados porque el Método DEP fue desarrollado y aplicado en el destino turístico Ilhéus y fue posible evaluarlo y perfeccionarlo para su réplica en otros destinos. De esta forma, fue posible contribuir a perfeccionar los métodos de análisis de los destinos turísticos promoviendo la participación y valoración de la opinión de los representantes de varios sectores sin la manipulación y el predominio de los intereses de sectores dominantes.

Así, se considera que la principal contribución científica de esta propuesta fue el desarrollo de una técnica de análisis más fidedigna y participativa, pues el turismo como nuevo campo de estudio aún carece de madurez científica y análisis compatibles con la especificidad y complejidad de la actividad.

Los principales límites y dificultades en la investigación fueron el acceso y la disponibilidad de los sujetos del estudio, pues cinco invitados a participar del análisis DAFO no respondieron en ninguna etapa y dos especialistas no respondieron en la tercera etapa del Análisis Delphi. Esta dificultad sería minimizada si existiera un Consejo de Turismo en la ciudad, lo que facilitaría la recolección de datos y disminuiría significativamente el tiempo de análisis, pues el método podría ser aplicado en reuniones.

Se sabe que la participación debe ser construida de forma colectiva y que ese proceso no está exento de obstáculos. De esta manera, esas dificultades no deben servir de justificación para limitar la valoración de los procesos participativos.

Se espera que los resultados contribuyan con la planificación sustentable del turismo subsidiando planes de acción y proyectos a desarrollarse en la ciudad. De modo indirecto se espera que los actores sociales involucrados en la actividad turística se sensibilicen y movilicen permitiendo una reflexión sobre la situación turística de Ilhéus. Así, se pretende presentar los resultados a las entidades y actores sociales del turismo en Ilhéus. Es importante destacar que se trata de un estudio dinámico que debe ser actualizado frecuentemente ya que los datos recolectados reflejan la realidad del momento histórico en que se realizó la investigación.

El estudio ofrece un conjunto de datos que podrán servir como referencia para la Planificación Turística Sustentable de Ilhéus contribuyendo a que las acciones se basen en análisis calificados y no sólo en suposiciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Appolinário, F.** (2006) "Metodologia da ciência: filosofia e prática". Pioneira Thomson Learning, São Paulo
- Avila, M. A.** (2007) "Análise do desenvolvimento do turismo na cidade de Ilhéus – BA". Anais do IV Seminário de Pesquisa da ANPTUR – Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo, São Paulo, pp. 1-8
- Barretto, M.** (2003) "O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo". Horizontes Antropológicos 9(20): 15-19
- Bigné, J.; Font, X. & Andreu, L.** (2000) "Marketing de destinos turísticos, análisis y estrategias de desarrollo". ESIC, Madrid
- Bruni, A. L.** (2009) "SPSS Aplicado à Pesquisa Acadêmica". Atlas, São Paulo
- Cerqueira, C. A.** (2002) "Análise estrutural do turismo do município de Ilhéus (BA)." Dissertação Mestrado, Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Universidade de São Paulo, São Paulo
- Dencker, A. F. M.** (1998) "Métodos e técnicas de pesquisa em turismo". Futura, São Paulo
- Dias, R.** (2003) "Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil". Atlas, São Paulo
- Donaire, D. & Donaire, G. A.** (1990) "Princípios de estatística". Atlas, São Paulo
- Fonseca, J. S. & Martins, G. A.** (1996) "Curso de estatística". Atlas, São Paulo
- Fontes, M. J. V.** (2001) "Turismo em Ilhéus: vantagens comparativas versus vantagens competitivas". Dissertação Mestrado, Universidade Federal da Bahia, Salvador
- Kotler, P. & Armstrong, G.** (1998) "Princípios de marketing". Prentice-Hall, Rio de Janeiro
- Helms, M. & Nixon, J.** (2010) "Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade." Journal of Strategy and Management 3(3): 215–251
- Hsu, C. & Sandford, B. A.** (2007) "The Delphi technique: making sense of consensus." Assessment, Research & Evaluation 12(10): 1–8
- Levine, D. M.; Berenson, M. L. & Stephan, D.** (1998) "Estatística teoria e aplicações." LTC, Rio de Janeiro
- Lohmann, G. & Panosso Netto, A.** (2008) "Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas." Aleph, São Paulo
- Middleton, V.** (2000) "Marketing in travel and tourism". Butterworth-Heinemann, Oxford
- Mira, E.** (2003) "Fatores impeditivos à formação do cluster turístico-cultural de Ilhéus, Bahia". Dissertação Mestrado em Cultura e Turismo, Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus/BA
- Molina, S.** (2005) "Turismo: metodologia e planejamento". EDUSC, Caxias do Sul
- Noia, A. C.; Ávila, M. A. & Midlej, M. M. C.** (2009) "Desenvolvimento turístico e comunidade local - aspectos avaliativos e expectativas de residentes da cidade de Ilhéus/BA". Estudios y Perspectivas en Turismo 18(6): 634-654
- Panosso Netto, A.** (2005) "Filosofia do turismo: teoria e epistemologia". Aleph, São Paulo
- Pinto, R.** (2008) "Navegando à deriva: notas etnográficas sobre o turismo em Ilhéus, Bahia." Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo 2(4): 28-53

Sainz de Vicuña, J. M. (2006) "El plan de marketing en la práctica". Esic, Madrid

Secretaria da Cultura e Turismo (s/f) "Plano de desenvolvimento integrado de turismo sustentável. Pólo Litoral Sul". Governo do Estado da Bahia, Salvador

Singh, T. (2012) "Critical debates in tourism." Channel View Publications, Bristol

Recibido el 16 de marzo de 2014

Reenviado el 18 de junio de 2014

Aceptado el 25 de junio de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

MEMORIAS DE VIAJES

Las cartas como fuente histórica para el turismo

Dalila Rosa Hallal*

Universidade Federal de Pelotas - Brasil

Débora Clasen de Paula**

Universidade Federal da Fronteira Sul - Brasil

Dalila Müller***

Universidade Federal de Pelotas - Brasil

Resumen: Diversas áreas de estudio se valen de las cartas y demás archivos personales como fuente, por ejemplo la historia, la educación y la antropología. Entre los historiadores las cartas son muy utilizadas como medios de acceso al pasado. En este sentido el presente artículo tiene como objetivo reflexionar sobre las cartas como fuente de investigación histórica para el turismo, por entenderse que para que haya un avance en el conocimiento social de los viajes y del turismo es necesario el aporte teórico y metodológico de otras ciencias. En este artículo el diálogo propuesto con la historiografía hace posibles nuevas investigaciones sobre los viajes, el turismo y sus relaciones con coyunturas sociales más amplias. La correspondencia puede revelar varios aspectos de la historia de los viajes y el turismo como el perfil de los viajeros, los motivos de los viajes, los itinerarios, los destinos, los servicios utilizados, las impresiones sobre el lugar visitado, la mirada del viajero, hábitos, bienes materiales, saberes y culturas, los significados sociales de los viajes, algunas consecuencias económicas, sociales y culturales de ese proceso, la visitas por segunda vez, etc.

PALABRAS CLAVE: Cartas, historia, viajes, turismo.

Abstract: Travel Memories: Correspondence as a Historical Source for Tourism. Several areas of study use correspondences and other personal files as source, eg, history, education and anthropology. Letters are widely used among historians as vehicles to access the past. In this sense, this article aims to reflect on the letters as a source of historical research for tourism, by understanding that theoretical and methodological support of other sciences are necessary in order to provide a breakthrough in social knowledge of travel and tourism. In this article the proposed dialogue with historiography makes possible new research on travel, tourism and its relationship to broader social conjunctures. Correspondences can reveal various aspects of the history of travel and tourism, such as the profile of travelers, the reasons for travel, routes, destinations, services used, the impressions of the place visited, the vision of the traveler, habits, material goods, knowledge and cultures, the social meanings of travel, some consequences of economic, social and cultural rights of this process, return, among others.

* Doctora en Historia por la Pontificia Universidad Católica de Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre/RS, Brasil. Maestría en Turismo por la Universidad de Caxias do Sul, Caxias do Sul/RS, Brasil. Profesora adjunta de la Facultad de Administración y Turismo de la Universidad Federal de Pelotas, Pelotas/RS, Brasil. E-mail: dhallal@ufpel.edu.br.

** Doctoranda en Historia por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre/RS, Brasil. Maestría en Historia por la Universidad do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo/RS, Brasil. Profesora asistente de la Universidad Federal da Fronteira Sul, Erechim/RS, Brasil. E-mail: deboraclasen@hotmail.com.

*** Doctora en Historia por la Universidad del Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo/RS, Brasil. Maestría en Turismo por la Universidad de Caxias do Sul, Caxias do Sul/RS, Brasil. Profesora adjunta de la Facultad de Administración y Turismo de la Universidad Federal de Pelotas, Pelotas/RS, Brasil. E-mail: dmuller@ufpel.edu.br.

KEYWORDS: *Correspondence, history, travel, tourism.*

INTRODUCCIÓN

Sólo basta pasar por una librería y detenerse unos instantes en los libros de historia y literatura para percibir el gran número de biografías, diarios, cartas y autobiografías publicadas. El público lector se muestra cada vez más interesado en este género de escritura llamada “escritura de sí mismo”.

Si bien el público lector se muestra interesado por estos documentos, la academia también. La literatura viene haciendo un gran uso de estas fuentes y también la historia de la educación, que se ha beneficiado con los cambios en el campo de la historia cultural. El uso de las cartas y otros archivos personales como objeto de estudio han ganado un lugar de privilegio entre los investigadores de la historia de la educación. Hay estudios acerca de la escritura de cartas realizados en el siglo XIX mediante libros de registros, memorias, diarios, registros de evaluaciones y autobiografías.

Entre los historiadores como Gomes (2004, 1998) y Gontijo (2005) las cartas son muy utilizadas como medios de acceso al pasado y algunas de ellas son bastante conocidas. Es el caso de la carta de Pero Vaz de Caminha a la Corte Portuguesa informando el “descubrimiento” o la polémica carta final de Getúlio Vargas, entre otras.

De ese modo, la “escritura de sí mismo” puede constituirse en una importante fuente para la (re)construcción de la historia. Así, el objetivo del presente artículo es reflexionar sobre las cartas como fuente de investigación para la reconstrucción de la historia de los viajes y del turismo. Vinculando el “proceso de apertura” por el que pasan las diferentes áreas del conocimiento, especialmente la Historia y el Turismo, se busca resaltar la riqueza de información que las cartas pueden suscitar contribuyendo con la historia de los viajes y el turismo.

Investigando archivos históricos que pudieran contribuir con la escritura de la historia del turismo se identificaron varias fuentes, entre ellas las cartas. Éstas despertaron algunas inquietudes referentes al uso de las mismas como fuentes para el turismo. A partir del acceso a esas cartas se observó que, las mismas resultan un objeto privilegiado para el análisis de la historia del turismo.

A través del manejo de esas cartas fue posible percibir que proveen información sobre varios aspectos relacionados con vínculos familiares, muerte, dinero, posicionamientos políticos, lecturas, creencias y vivencias sociales, trabajo, ocio, viajes y las relaciones que se establecen. La escritura, no obstante, más que reconstituir la trayectoria de vida de quien escribe revela el modo de vida y pensamiento de un segmento social en un tiempo y espacio específico. Así, se puede decir que la

carta es una fuente para identificar y describir las prácticas de ocio, los viajes y el turismo en un tiempo y período específicos y en un grupo definido. Las cartas pueden ser consideradas como una fuente para la escritura de la historia sobre los viajes y el turismo, pero aún son poco utilizadas.

Este artículo versa sobre cuestiones teóricas relativas al uso de las cartas por parte de los historiadores destacando su uso, características y limitaciones, y relevando cuestiones importantes para la utilización de las mismas por parte de los investigadores de la historia de viajes y turismo.

Durante más de dos mil años las cartas fueron el principal medio de comunicación. Las prescripciones que regulaban la composición de las cartas tuvieron permanencias y variaciones a lo largo del tiempo (Tin, 2005). La antigüedad no legó ningún tratado de epistolografía autónomo y las pocas reglas sobre la escritura de cartas están dispersas en correspondencias de la época o integran los tratados de retórica. Desde Demetrio que escribió la primera obra exponiendo las reglas sobre la epistolografía alrededor de los siglos I A.C. y I D.C. hasta Cicerón y Seneca, la carta ya resultaba un diálogo con expresiones de amistad que mezclaba los estilos “graciosos y simples” y promovía un “encuentro” entre remitente y destinatario (Tin, 2005: 22).

Durante la Edad Media su estilo formal se tornó más rígido debido a los negocios públicos porque el desarrollo político y económico aumentó de forma drástica la cantidad y variedad de documentos oficiales. *“Nace entonces la Ars dictaminis, cuyos tratados eran establecidos a partir del discurso clásico adaptando la tradicional división del discurso a las peculiaridades de la carta”* (Tin, 2005: 31).

El uso de cartas se expandió enormemente entre los hombres del Renacimiento y durante la Edad Moderna cuando se comprometió en el proyecto humanista que pretendía *“asegurar la convivencia social a través de comportamientos que todos pudieran aceptar y decodificar”* (Miranda, 2000: 44).

Las cartas, diarios íntimos, memorias, entre otros, integran la producción de sí mismos que cobró límites específicos a partir de las palabras biografía y autobiografía en el siglo XVII y alcanzó su ápice durante el siglo XIX. Pensando en esto, el mercado se apresuró a promover una serie de productos destinados a la producción de la escritura. Papeles de carta, tarjetas, postales, diarios, álbumes y demás artículos destinados a la escritura pasaron a formar parte del mercado a gran escala para todos los gustos, edades y poderes adquisitivos.

Este “yo moderno” le dio a la vida individual una importancia hasta entonces desconocida, digna de ser narrada y sobrevivir en la memoria. Este es el sentido de la feliz observación de Calligaris (1998) al señalar que si bien el acto de escribir sobre vidas es antiguo, la idea de que la vida es una historia es mucho más reciente.

Públicas o privadas, de “famosos” o de “anónimos”, las cartas fueron en algún momento el principal registro del pasado y sin ellas sería imposible construir una memoria. De ese modo, pueden ser utilizadas como una fuente importante para los estudios históricos del turismo generando nuevos conocimientos.

[...] *La investigación histórica que se renueva a partir de contextos historiográficos específicos, resulta pertinente a la turismología cuando consigue elucidar los saberes históricos producidos por hombres y mujeres en el tiempo. En efecto, los saberes y prácticas históricas pueden ser difusos y un tanto caóticos para los profesionales y científicos del turismo. Por eso, la apropiación de un pensamiento histórico reflejado en la experiencia de la práctica social requiere procedimientos teóricos y metodológicos coherentes con lo que se puede llamar patrimonio historiográfico (historiografías clásica y contemporánea)* (Flores, 2005: 3).

Las correspondencias muestran una heterogeneidad de temas que pueden ser utilizados como fuente de investigación para la escritura de la historia del turismo. Demuestran, sobre todo, la necesidad cada vez más inminente de una mirada atenta de los archivos personales que permiten diversos abordajes sobre la historia de los viajes y el turismo.

LAS CARTAS COMO FUENTE HISTÓRICA PARA EL TURISMO

Los archivos privados, el encantamiento de la fuente y la búsqueda de métodos

Motivada por la quiebra de los grandes paradigmas la historia reubica a los individuos como sujetos históricos. Este cambio en la práctica historiográfica es visto por algunos como sinónimo de “crisis” y por otros “[...] *como una modificación de la relación con la historia como disciplina científica, con el tiempo y con los fenómenos observados*” (Prochasson, 1998: 105). La escritura sobre los sistemas globales explicativos y los “grandes nombres” anteriormente de moda en las investigaciones históricas, cede espacio a la escritura sobre el individuo común, investigado en su aspecto público y en su vida privada.

Esta “revalorización” de lo privado hace emerger una serie de sujetos y es responsable de provocar una nueva visita a los ya conocidos “grandes nombres” de la historia. Estos “individuos conocidos” aparecen en tesis, disertaciones y publicaciones como las cartas de Júlio de Castilhos y su esposa Honorina (Castilhos, 1993). También se puede citar la obra *“Bem traçadas linhas: a história do Brasil em cartas pessoais”* (Líneas bien escritas: La historia de Brasil en cartas privadas), donde el autor propone un breve contexto sobre la época y deja en manos de los remitentes la tarea de contar la historia de Brasil (Lemos, 2004).

Para Christophe Prochasson (1998) el interés por los archivos privados está unido a dos factores: inicialmente a la historia cultural, principalmente en la multiplicación de los trabajos sobre

intelectuales; y en segundo lugar al cambio de la escala de observación de lo social enfatizando la micro-historia y la antropología histórica, que llevó a un interés mayor por las fuentes cualitativas. Ambos cambios teóricos condujeron a nuevas metodologías, fuentes y temas, que si bien ya habían sido abordados ganaron nuevos límites y significados. Se cita como ejemplo de esta nueva mirada la publicación en la década de 1990 de la Historia de la Vida Privada y la Historia de la Vida Privada en Brasil.

Las fuentes producidas en el ámbito privado sirven como puerta de acceso a la vida de gente desconocida que no precisa características excepcionales para ser digna de ser recordada. El objeto de investigación histórica es el individuo común que dota al mundo que lo rodea de significados. Para Chartier (1991) investigar las cartas ayuda a comprender los modos en que una comunidad construye su representación del mundo dándole significados plurales.

La búsqueda de fuentes privadas y de “gente desconocida” es una tarea bastante difícil para el historiador que precisa buscar fragmentos dispersos considerando que lo anónimo a veces deja pocos registros, pero es importante para entender cómo ese grupo construye sus representaciones sobre el mundo. Para reconstruir las vivencias de viajes el investigador puede usar las fuentes que han sido relegadas a un segundo plano durante mucho tiempo. Abandonadas en el sótano o en el ático, estas fuentes no eran vistas como importantes y constituían una documentación menor. Cartas, diarios, libros de memorias y anotaciones constituyen el caudal de la documentación privada, que suele estar dispersa y fragmentada.

En Brasil hay pocos centros destinados a guardar documentos privados para investigación. En este sentido, se destacan desde la década de 1970 el Centro de Investigación y Documentación de Historia Contemporánea de Brasil (CPDOC) de la Fundación Getúlio Vargas y el Archivo Edgard Leuenroth de la Universidad Estadual de Campinas.

Las dificultades para el investigador de archivos personales no se limitan sólo a la oportunidad. Suelen aumentar cuando las fuentes son privadas y están en manos de familiares (donde el investigador es un intruso en la memoria familiar). Los obstáculos se asemejan a los enfrentados por la historia oral donde debe existir confianza para obtener documentos. En Brasil no hay leyes que regulen el acceso de los investigadores a los documentos privados, de forma que quedan a merced de sus depositarios quienes tienen el poder de permitir el acceso o no y deciden si entregarlos generosamente o a cuenta gotas (García, 1998). Sin embargo, el encantamiento de los investigadores frente a las fuentes privadas cargadas de subjetividad ha llevado a muchos historiadores a caer en los “tejidos del hechizo” (Gomes, 1998).

Las correspondencias familiares y la literatura “personal” (diarios íntimos, autobiografías, memorias), si bien son testimonios insubstituibles no por eso constituyen los documentos ‘verdaderos’

de lo privado [...] No hay nada menos espontáneo que una carta; ni nada menos transparente que una autobiografía hecha para ocultar tanto como para revelar. (Perrot, 1991: 11)

Son numerosas las dificultades que enfrentan los estudiosos de los archivos privados debido a que es una escritura más informal y cargada de subjetividades; y provoca la ilusión de que una carta o un diario son capaces de revelar lo más íntimo de su autor, la más pura “verdad” sobre él o sobre la realidad vivida. El hechizo permanece al lado del investigador que necesita tratar esa fuente con el mismo cuidado que trata las fuentes de carácter público.

Como afirma Gontijo (2005) escribir sobre sí mismo es construirse y transformarse, es un ejercicio que busca el efecto de la verdad para convencer de que lo que está escrito no tiene la intención de engañar o disimular. La escritura de sí mismo utiliza el argumento de la sinceridad que es individual y subjetiva y le atribuye valor de verdad. La sinceridad se refiere al modo en que el individuo se presenta en sus relaciones con los otros.

Recorriendo los archivos privados, especialmente las cartas, resulta interesante pensar en ellas como un “objeto histórico”. *Esta categoría de objeto histórico, por su propia naturaleza y funciones, privilegia las clases dominantes – hecho fácilmente observable en los museos y ampliamente denunciado en la bibliografía. Es evidente que el objeto histórico es de orden ideológico y no cognitivo. No quiere decir que no pueda ser utilizado para la producción de conocimiento. Por el contrario, son fuentes excepcionales para entender la sociedad que los produce o reproduce precisamente como objetos históricos* (Meneses, 1998: 94-5).

Considerando que la mayoría de los objetos históricos han sido legados por las elites o clases dominantes como expone el autor, ni responden a una única verdad ni se los debe ignorar en la construcción del conocimiento. Hay que ser precisos en las preguntas y reflexiones que se generen a partir de ellos.

Otra idea propuesta por Meneses (1998) es el debate sobre “documento histórico”, entendiéndolo en su expresión empírica como un “soporte de información”. Para el autor cualquier objeto puede funcionar como documento e incluso *“la partida de nacimiento puede brindar información inesperada”* (Meneses, 1998: 95). De esta forma, no es su identidad la que hace del objeto un documento sino el *“conocimiento que crea el sistema documental”* (Meneses, 1998: 95). El investigador es quien habla sobre el documento y de allí surge la necesidad de explicitar sus criterios y procedimientos para definir el alcance de lo que dice. En lo que respecta a la escritura epistolar se hace referencia a la sociedad alfabetizada, que puede materializar sus palabras. Quedan fuera de su alcance los analfabetos, salvo que soliciten a alguien que escriba por ellos. En Brasil desde el siglo XIX, según un estudio oficial realizado en 1872, sólo un quinto de la población libre podía leer (Bastos, 2002).

Pensando específicamente en la historia de los viajes del siglo XIX y principios del siglo XX es importante destacar que en este período los viajes de ocio y entretenimiento eran realizados principalmente por una elite letrada, capaz de expresar sus sensaciones. Así, esta no sería una limitación para la historia del turismo. Pero hay que aclarar a qué grupo se refiere y en qué contexto acontece.

Cuando el investigador encuentra una carta se siente incitado a contar cómo la encontró, quién y para quién escribe y qué cuenta, cómo lo cuenta, cuándo y en qué contexto. También debe pensar en cómo y con qué finalidad se almacenaron las cartas. Dauphin & Pouban (2002) dicen que la correspondencia continua y conservada es reveladora de un “habitus” característico de ciertos medios, principalmente en el siglo XIX y principios del siglo XX. *“El ‘habitus’ es al mismo tiempo un sistema de esquemas de producción de prácticas y un sistema de percepción y apreciación de las prácticas”* (Bourdieu, 1990: 158).

El hecho de que algunas personas se preocupen más que otras por la producción, clasificación y conservación de las cartas recibidas se asocia a la propia naturaleza de la profesión ejercida. También la ocupación durante mucho tiempo de grandes residencias propició el archivo de estos documentos en sótanos y áticos. A veces las cartas constituyen parte del patrimonio material e inmaterial familiar (Borges, 2002). Legadas como herencia de generación en generación transmiten o construyen la memoria de la familia.

Conservar y clasificar las cartas permite mostrarlas a los hijos, nietos y otros descendientes. Esta manera de retener y elegir lo que es calificado como “buenas cartas” es un instrumento eficaz para construir la herencia considerando la calidad del contenido. Los sentimientos religiosos y morales y las virtudes del trabajo son valores compartidos en las familias y el medio burgués de esa época (Dauphin & Pouban, 2002).

Las cartas presentan singularidades en relación a los demás documentos privados. Tal como otras prácticas de escritura de sí mismo, la correspondencia constituye al mismo tiempo el sujeto y su texto, pero guarda la singularidad de ser producida considerando un destinatario con quien establecerá una relación. Para Trebitsch (1992) la correspondencia es un instrumento de aproximación pues es una de las raras fuentes escritas sobre el mundo de las relaciones sociales dominado por la palabra y la oralidad. Este diálogo es necesariamente condicionado por la distancia y la ausencia y precisa tiempo, reflexión, disciplina y confianza para realizarse (Gomes, 2004).

El investigador que se dedica a trabajar con cartas tiene que actuar como detective para descifrar diversos códigos comunes a quienes las escriben, expresiones que forman parte del “pacto epistolar” y que por ser de común conocimiento entre los remitentes no necesitan ser explicitadas. Se reúnen una serie de palabras en las entrelíneas, silencios, abreviaturas y hasta códigos destinados a mantener la privacidad del tema por si la carta acaba en “manos equivocadas”. Las expresiones de

época o creadas para cifrar y/o facilitar la comunicación epistolar deben ser recuperadas por el investigador.

La correspondencia es un documento que surge de la unión de factores, como destacan Dauphin & Poublan (2002: 86):

[...] *no depende sólo de competencias (extensión de la alfabetización) o de incitaciones infraestructurales (servicio postal, apertura económica), sino que de manera más profunda esa práctica se enraíza en un modelo de comportamiento, en una manera de vivir el vínculo social y de estrechar relaciones.*

La correspondencia refleja una manera de ser y relacionarse con el otro, definido por el modo de vida característico de una sociedad. Chartier (1991) dice que la correspondencia es un espacio privilegiado para la observación de la relación del individuo consigo mismo y con otros. Al analizar la correspondencia también debe considerarse el soporte material ya que es capaz de afectar a quien la recibe antes de leer la primera línea. La forma, el color del papel, la tinta, el timbre, la letra familiar, etc. representan al remitente y promueven el encuentro entre quien escribe y quien lee. El papel utilizado por el remitente que está viajando a veces pertenece al hotel donde se hospeda, con su timbre y logotipo, lo que permite identificar el lugar donde está el viajero.

La correspondencia equivale a un “acto de presencia” responsable de solidificar la relación entre los sujetos que intercambian roles a través del tiempo (Gomes, 2004). Se trata de una escritura “en tránsito”, ya que su existencia es “*fluctuante y contingente*” (Gontijo, 2005: 267). De la misma forma que las cartas, las postales también tienen por objetivo establecer y mantener relaciones entre ausentes, siendo un “acto de presencia”, realizando el “encuentro” entre remitente y destinatario. Como afirma Schapochnik (1998: 424) “*la tarjeta postal procura establecer una comunicación entre ausentes y así restituir una distancia*”.

En este trabajo los intercambios epistolares no son prácticas culturales separadas de los viajes. Las cartas son documentos y objetos históricos en los que se privilegia no sólo lo que fue visto sino también lo imaginario y las representaciones de los viajes y del turismo. Las cartas no deben ser tratadas como simples relatos sino conjuntamente con los viajes, como espacios de sociabilidad, formación y entrenamiento de los remitentes y los destinatarios. Las cartas tienen carácter polisémico, es decir que pueden producir intercambios afectivos, profesionales e intelectuales (Lemos, 2004).

Se destaca que la recepción, lectura y difusión de las cartas ocupaba un lugar importante en la vida de las elites decimonónicas. Sea en la privacidad familiar o en las reuniones sociales su contenido se transformaba en el tema central.

Cécile Dauphin (1995) hace referencia a la existencia de un *“Mise-en-scène del gesto de la escritura”* para la cual existiría una etiqueta para la producción y lectura de la misma. La autora da varias características de la escritura y lectura de las cartas que ocupaban gran espacio en las prácticas familiares y constituían verdaderos rituales reveladores de valores y de representaciones individuales y sociales. La *mise-en-scène* sería constitutiva de la eficacia de los gestos y en los hogares el cuarto reservado y vacío sería el espacio preferencial para la producción de la escritura y lectura de la carta. Esta práctica estaría directamente ligada a la valoración de la intimidad y de la privacidad en las sociedades modernas y contemporáneas, como refugios del “yo”. Quebrar este sosiego significaba prohibir la práctica epistolar.

Las cartas también eran difundidas en los eventos sociales donde los códigos culturales europeos se reverenciaban como los bailes, saraos, teatros y paseos públicos, donde normalmente se abría un espacio para la comunicación y el debate de las novedades traídas por las últimas cartas.

Asimismo deben destacarse la frecuencia de los intercambios epistolares y la ansiedad por la llegada. Hèbrard (1991) demuestra que la rareza de la correspondencia era responsable de la expectativa ante la llegada del cartero. Recibir cartas se transformaba en un momento excepcional porque unía espacios lejanos y rompía la rutina. La práctica epistolar poseía como lógica particular la posibilidad de intercambio entre interlocutores distantes. Se comprende que la comunicación vía cartas era esencial para soportar las distancias y la larga duración de los viajes.

Gomes (2004) comenta que la sociedad ganó espacio para lo íntimo a través de la valoración del individuo y la espontaneidad de sus sentimientos como el amor y la amistad. El estrechamiento de los lazos y el relato más libre de las vivencias de quienes escribían hacen que el investigador se involucre emocionalmente. Surge entonces la necesidad de romper los lazos afectivos que unen al investigador de correspondencias con su objeto de estudio, pues factores como la emoción y la comparación consigo mismo dificultan la objetivación de este material como fuente. El concepto de sensibilidad puede ser útil para interpretar estos documentos: *“Una forma de reacción de los sentidos a través de emociones y sensaciones dadas por el contacto del individuo con la realidad”* (Pesavento, 2005: 2).

El mundo sensible regido por los sentimientos y las emociones se traduce externamente y se materializa por ejemplo en las palabras y prácticas, evidencias de lo sensible. Para Pesavento (2005) quizá la única forma de “medir las sensibilidades” sea evaluando su capacidad movilizadora por su presencia, las reacciones que provocan y la forma en que exterioriza o intenta esconder los sentimientos.

El hecho de enviarse cartas no depende sólo de factores como la alfabetización y el servicio postal (o cualquier otro medio que permita el transporte de la carta) sino que está asociado a una

manera de “vivir el vínculo social”. Se percibe que el acto de intercambiar correspondencia fue característico de determinados grupos: intelectuales, políticos y mujeres.

Según Venâncio (2004) los intelectuales más que cualquier otro grupo social se caracterizan por el intercambio de opiniones, datos e ideas por medio de correspondencia. Esa correspondencia intercambiada entre los que forman parte del “mundo de las letras” es responsable de formar lo que Michel Trebitsch llamó “sociabilidad privada”, en oposición a los espacios públicos de sociabilidad. Asimismo, aparecen como espacios de intercambio *“no sólo entre personas sino también entre comportamientos individuales y reglas impuestas desde el exterior, códigos sociales y normas de escritura”* (Trebitsch, 1992: 74).

Las correspondencias desarrolladas en espacios privados como salas, cuartos o gabinetes, formaron parte de la práctica cotidiana de las mujeres. Aunque no se pretende inscribirlas sólo en el ámbito privado sino reconocer que es en éste donde dejaron mayores huellas. Esas “sombras tenues” de las que habla Michelle Perrot (1989) al decir que las mujeres tenían vedados los espacios públicos e hicieron de la escritura su refugio. Los diarios, cartas y anotaciones resultan una puerta de acceso a la vida cotidiana de las mujeres letradas. Sin embargo, no se puede abrigar la ilusión de encontrar una mujer que desnude su alma por completo, porque su escritura es controlada. Inscriptas en el grupo de las “recitantes”, las mujeres que llevan consigo la memoria de lo privado ordenan los hechos y autodestruyen sus huellas por temor a la incomprensión, sugiriendo la *“dificultad femenina para existir de otro modo que no sea en el instante fugaz de la palabra”* (Perrot, 1989:13). Fonseca (2007) aborda el hecho de que las brasileñas también emprendieron viajes por Europa.

La mayoría de ellas acompañaba a sus padres y maridos en sus expediciones aprovechando el tiempo disponible para ampliar sus estudios de piano o idiomas. La memoria de sus viajes fue en gran parte construida por el relato masculino de sus compañeros a través de la correspondencia o de las narrativas por ellos producidas. Aunque sean pequeñas las referencias a ellas, en la casi inexistencia de una narrativa propia de la mayoría de las viajeras, encontramos indicios que nos permiten identificar sus rutinas en tierras extranjeras. A partir de ellas observamos que las principales actividades desarrolladas eran educativas, ya que Europa era una oportunidad única para acceder a una educación aún restringida para las mujeres brasileñas (Fonseca, 2007: 140).

Benjamin (1994) había definido al narrador como alguien distante, alejado de la experiencia cotidiana. Su narración poseía como fuente principal su experiencia como narrador-personaje en tierras distantes. Es importante destacar que en la narrativa de viaje se establece una memoria de la misma y sobre la misma, a través de la descripción de la propia vida del sujeto-viajero.

En las cartas de Cecília Meireles son comunes las noticias biográficas, los temas sobre trabajo, problemas de salud, alegrías y tristezas y su fascinación por los viajes. En una carta del 9 de julio de 1946 Cecília escribe: *“Con esta bella expectativa me escribe Gabriela, sugiriéndome ir a California [...]*

No sé si esto será más que un sueño. Hace dos años que no viajo y usted no sabe lo que significa estar parada en un lugar para una criatura que nació para moverse [...]". (Paiva, 2006: 159)

Los viajes están presentes en su obra sea en una dimensión geográfica retratando diferentes ciudades europeas, indianas u otras, o los viajes marítimos portugueses; o sea en una dimensión metafórica donde el yo lírico realiza un infinito viaje de autoconocimiento. Esto se observa en sus testimonios y también en las misivas a Henriqueta Lisboa, como se observa en la despedida de una carta del 14 de noviembre de 1944: *"Un abrazo, Henriqueta y hasta la próxima carta. De su amiga a quien le gustaría firmar 'Marco Polo'. Muy cariñosamente, Cecília"* (Paiva, 2006: 159). El viaje parece haber sido para Cecília Meireles más que un tema a ser tratado en la poesía y más que el título del libro de 1939 que la consagró en la escena de las letras nacionales. Ella le dijo a Pedro Bloch en una entrevista publicada en la Revista *Manchete*: *"Viajar para mí nunca fue turismo [...]. El viaje es una prolongación del horizonte humano"* (Meireles, 1964).

Al viajar y producir una escritura sobre el viaje expresada a través de cartas, el viajero-narrador se afirmaba ante su comunidad al regresar a su propia cultura; por haber vivido la experiencia del viaje y haber visto lo nuevo y todo aquello que ya sabía que existía. Su mirada producía representaciones del otro y sus prácticas culturales. Pero no sería sólo el remitente quien construye una imagen sobre el otro sino que el destinatario también produciría representaciones sobre los lugares y pueblos visitados.

En la identificación de la producción de estas escrituras de viajes como monumentos intencionales o una "escritura de sí mismo", no hay que olvidar que en la recepción y lectura de los mismos se producirán nuevos monumentos o representaciones sobre el viaje que como práctica cultural se prolonga más allá de su realización.

Según Castilho Gomes (2000) las cartas transmitían impresiones, opiniones e ideas, llevando el lector a entrar en contacto con el pensamiento de sus remitentes, considerados intérpretes privilegiados de la realidad nacional por la distancia que les garantizaba la "imparcialidad del análisis" y por la "experiencia vivenciada" en los "países civilizados". Las cartas representaban una conversación entre ausentes donde los consejos, consuelos, pedidos, indiscreciones y pensamientos serían correspondidos.

Fonseca (2006) analiza la práctica cultural del viaje como uno de los elementos de la formación de las elites decimonónicas a ser inventariados en la lectura de sus relatos de viajes presentes en diarios, notas periodísticas, memorias y cartas particulares. No hay que olvidarse de las indispensables "cartas de presentación" expedidas por personas influyentes y autoridades para que el viajero consiguiera hospedaje en Brasil (Pires, 2001: 134).

De ese modo, desde tiempos remotos los viajeros escribieron diarios, relatos, cartas, artículos, mapas, litografías y otros materiales. También hacían relatos minuciosos sobre sus viajes emprendidos a partir de la escritura de cartas como la Carta de Pero Vaz de Caminha. Estas misivas circulaban tanto en el ámbito privado entre familiares y amigos como en el ámbito público y sirvieron tanto para producir conocimiento sobre el mundo como también para crear imaginarios sobre destinos visitados.

Los textos elaborados a partir de viajes realizados por sus autores son bastante utilizados como fuentes por los historiadores. Eran escritos por individuos que se encontraban en la posición de extranjeros y debido a esto tenían *“condiciones para percibir aspectos y contradicciones de la vida cotidiana que el residente era incapaz de percibir por considerarla natural y permanente”* (Moreira Leite, 1997: 9-10). Este tipo de obra se difundió en Europa debido a la necesidad de conocimiento sobre las regiones “periféricas” y sus habitantes y el desarrollo científico. Los estudios vinculados a la Historia Natural fueron algunos de los factores motivadores de los innumerables viajes que se hicieron con mayor frecuencia durante el siglo XIX.

Muchos relatos de viajeros asumían la forma de cartas o diarios. El intercambio epistolar realizado durante los viajes puede ofrecer importante información sobre los viajes en el ámbito de la vida privada con una perspectiva complementaria, ya que Moreira Leite (1997) sitúa los libros de viaje como un producto intermediario entre el documento personal (diario íntimo y cartas) y el informe oficial (memoria descriptiva con objetivos políticos, económicos y educativos).

En la escritura de la historia de los viajes y el turismo en Brasil, principalmente del siglo XIX, se puede observar el uso de relatos de viajeros ya hechos públicos a través de libros como los de Mário Jorge Pires (2001), Haroldo Leitão Camargo (2007) y Silvio Lima Figueiredo (2010). Estas fuentes son más fáciles de encontrar a diferencia de las cartas privadas que están dispersas y guardadas por particulares. Así, las mismas aún son poco utilizadas por los investigadores del área de turismo.

Pero es importante resaltar la importancia de esa fuente porque a través de ella es posible identificar las prácticas de viajes de un grupo específico en un tiempo definido, sus destinos y los significados atribuidos a esa práctica. Esta es una de las principales ventajas de la carta privada. Quien escribe vuelca allí sus emociones y sentimientos que serán divulgados de forma restringida. Aunque no se puede olvidar que tanto quien escribe como el destinatario están profundamente incluidos en un ámbito social.

Muchas veces la escritura de las cartas poseía motivos ajenos a los viajes y como observadores en tránsito aparecen en sus registros de los lugares visitados su mirada sobre esos lugares. Como el viajero elige lo que observará su mirada será siempre fragmentada porque estará enfocada en atractivos conscientemente seleccionados. No hay que olvidar que este viajero porta consigo no sólo la experiencia constituida durante el viaje sino toda una vivencia anterior que le indica cómo ver el

mundo y vivir la vida, pues *“lo que cada uno ve cuando viaja es el resultado de la manera en que mira, del lugar desde dónde mira y de las luces que iluminan aquello que el viajero elige ver”* (Pimentel, 1998: 8).

En ese sentido, las cartas pueden revelar importantes aspectos de los viajes y del turismo como el perfil de los viajeros, los motivos de los viajes, los itinerarios, los destinos, los servicios utilizados, las impresiones sobre el lugar visitado, la mirada del viajero, los hábitos, bienes materiales, saberes y culturas, los significados sociales de los viajes, algunas consecuencias económicas, sociales y culturales de ese proceso, el retorno, entre otros aspectos que pueden contribuir al conocimiento histórico y etnográfico del área.

Otro aspecto relevante a ser considerado es que el investigador no puede sucumbir a la tentación de leer esa escritura de viaje como una descripción “fiel” de la realidad. Durante sus análisis debe considerar que esas experiencias son escritas a partir de la mirada del otro delimitada por aquello que ya fue visto y escrito por otros. Con matices y entrelíneas de una experiencia marcada por lo que debe y puede ser visto, cuantificado, observado, registrado y escrito. Por lo tanto, viajar, mirar y narrar son acciones fuertemente vinculadas.

Así, las cartas son utilizadas en varios campos de la investigación y se las considera una fuente extremadamente relevante para analizar la perspectiva histórica de los viajes y del turismo. El “descubrimiento” de fuentes privadas puede ser crucial para el trabajo de los historiadores y turismólogos. Cabe destacar que la existencia de buena parte del archivo de fuentes permitirá al investigador descubrir la vida del hombre común que no posee prestigio en el ámbito público. Estas fuentes permanecen en el interior de las casas a merced de la suerte de quien las encuentre. Estas fuentes asimétricas y de acceso aleatorio constituyen el corazón de las cosas guardadas, sobre todo para la gente de la tercera edad que las revén para reavivar los recuerdos. Escribir es una forma de conceder linealidad a la vida, estabilidad y permanencia a través del tiempo y puede resultar como una forma de catarsis para atenuar la soledad.

CONSIDERACIONES FINALES

Durante el siglo XX la correspondencia sufrió el impacto ocasionado primeramente por el teléfono y posteriormente por el correo electrónico y demás medios de comunicación que satisfacen la demanda de lo rápido y de lo efímero al mismo tiempo. Surgen medios más veloces para comunicarse, generalmente más fríos, que reducen el flujo de las cartas y dispensan el ritual de la escritura. Éstos eximen al destinatario de aguardar al cartero, de reconocer los trazos tan particulares de la letra, de la sensación de abrir el sobre y desdoblar la hoja. Aunque acortan la velocidad de comunicación y se pueden enviar en mayor número, los e-mails y mensajes generalmente son “eliminados” sin dejar rastros. Se pierde buena parte de la voz del otro lado de la línea y en las

bandejas de entrada del e-mail. Ya no se guardan los atados de cartas amarillentas dentro de un cajón y de esta manera se pierde la posibilidad de releer.

Si bien la facilidad de comunicarse aumentó, la fugacidad también. Para los historiadores y turismólogos existirán pocas fuentes de este tipo para las investigaciones pero habrá otras formas de estudiar los vínculos sociales durante los viajes. Los investigadores de los archivos privados deben enfrentar diversos desafíos y la búsqueda de métodos y categorías de análisis son algunos de ellos. Se debe considerar la dimensión subjetiva que el documento expresa, sobre todo para el autor porque constituye “su” verdad. Tal vez una de las respuestas para trabajar con cartas esté en uno de los primeros autores que pensó sobre ellas. Demetrio concibió la carta como algo más elaborado que el diálogo porque es escrita y enviada a alguien “como si fuera un presente” revestido de gran cuidado y gran preparativo. Puede residir en él la desconfianza de que se está ante un documento “mejorado” en cuanto a la influencia de las características de su tiempo.

El análisis de las cartas y demás archivos personales amplía y hasta rompe los límites disciplinarios, proponiendo un mayor diálogo con otras áreas del conocimiento en las que estas fuentes y/o objetos de estudio han sido fructíferas.

A partir del debate presentado en este artículo es posible destacar la riqueza del uso de cartas para escribir la historia de los viajes y el turismo, pero también sus limitaciones que requieren mayor atención de los investigadores durante su análisis. La importancia de las cartas para la historia de los viajes y el turismo está principalmente en el tipo de fuente. Es decir que por el hecho de ser privada y destinarse a un destinatario específico lo que se dice es más espontáneo, íntimo, informal y subjetivo, impregnado de la perspectiva del viajero, sus sensaciones, emociones más íntimas y los significados sociales atribuidos a esa práctica.

En ese sentido, el interés por documentos como las cartas es animado por la posibilidad de ampliar el análisis de los procesos históricos de los viajes, el turismo y el ocio, incorporando opiniones, impresiones y versiones sobre la actividad turística que representan diversas miradas de los ciudadanos comunes. Los registros permiten construir una versión de la historia de los viajes y el turismo más plural y representativa de la diversidad social que caracteriza a la sociedad brasileña.

El uso de las cartas también permite “otra” historia de los viajes y del turismo, diferente de la historia oficial asumida como verdadera. Esa historia se vuelca hacia los individuos viéndolos como sujetos históricos. Las prácticas de viajes turísticos o no son realizadas por individuos, por sujetos que construyen su propia historia y de esa forma es posible entender la sociedad que los produce o reproduce.

En cuanto a las limitaciones se destaca que la mayoría de las cartas se encuentra dispersa y fragmentada en manos de particulares, lo que dificulta el acceso a las mismas y su uso para la investigación.

Es importante destacar también que las cartas no revelan la “pura” verdad pues las fuentes no hablan por sí solas, sino que deben ser cuestionadas por la mirada del investigador. Las fuentes hablan sólo cuando el investigador las aborda. Es él quien decide qué hechos mostrar y en qué orden o contexto. Así, ya no se buscan más verdades absolutas sino diferentes versiones de las representaciones de las verdades evidenciadas por el poder de la historia para realizar indagaciones acerca de los hechos y las estructuras relacionales que se comunican con éstos. En este sentido, para definir el alcance de lo dicho el investigador debe explicitar los criterios y procedimientos de su análisis pues es él quien habla sobre el documento.

En la historia de los viajes y el turismo se debe tratar la fuente con cuidado, entendiendo quién es el que escribe y quién es el destinatario, la relación entre ellos y qué sociedad las produce o reproduce; para no analizarlas en forma aislada del contexto en el que se insertan. Así, entender la historia de los viajes, el turismo y el ocio también revela la historia de la propia sociedad.

Como se mostró, las cartas pueden servir como fuente para la investigación histórica de los viajes y el turismo. Solas o cotejadas con otras fuentes e incluso como documentación auxiliar para lograr una mejor aproximación al pasado, no hay dudas de que conforman las nuevas tendencias historiográficas del turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bastos, M. H. C.** (2002) “Leituras das famílias brasileiras no século XIX: o jornal das famílias (1863-1878)”. *Revista Portuguesa de Educação* 15(2): 169-214. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=37415209>. Acesso em 21/03/2012
- Benjamin, W.** (1994) “Magia e técnica, arte e política. Ensaio sobre literatura e história da cultura”. (Obras Escolhidas v.1), Brasiliense, São Paulo
- Borges, V. P.** (2002) “Uma mulher e suas emoções: o diário de Eugénie Leuzinger Masset (1885-1889)”. *Cadernos Pagu* 19: 113-143
- Bourdieu, P.** (1990) “Coisas ditas”. Brasiliense, São Paulo
- Calligaris, C.** (1998) “Verdades de autobiografias e diários íntimos.” *Revista Estudos Históricos, Arquivos Pessoais* 11(21): 43-58. Disponível em: <http://www.cpdoc.fgv.br/revista>. Acesso em: 18/02/2012
- Camargo, H. L.** (2007) “Uma pré-história do turismo no Brasil: recreações aristocráticas e lazeres burgueses (1808-1850).” Aleph, São Paulo

- Castilho Gomes, A.** (2000) "Hablen cartas y callen barbas. Escritura y sociedad en el siglo de oro." *Historiar, Revista Trimestral de História* 4: 116-129
- Castilhos, J.** (1993) "Cartas de Júlio de Castilhos". (Edição comemorativa dos 90 anos de criação do Museu Júlio de Castilhos). IEL/AGE, Porto Alegre
- Chartier, R.** (1991) "La correspondance: les usages de la lettre au XIX^e siècle." Fayard, Paris
- Dauphin, C.** (1995) "Pour une histoire de la correspondance familiale." *Romantisme* 90: 89-99
- Dauphin, C. & Pouban, D.** (2002) "Maneiras de escrever, maneiras de viver: cartas familiares no século XIX". In: Bastos, M. H. C.; Cunha, M. T. S. & Mignot, A. C. V. (Orgs.) *Destino das letras: história, educação e escrita epistolar*. UPF, Passo Fundo, pp. 75-87
- Figueiredo, S. L.** (2010) "Viagens & viajantes." *Annablume*, São Paulo
- Flores, E. C.** (2005) "As fundações historiográficas da turismologia." *Sæculum – Revista de História* 12: 142-163
- Fonseca, J. F. de M.** (2006) "Cartas de viagem. Brasileiros na Europa Oitocentista." *Anais do III Simpósio Nacional de História Cultural*, Florianópolis SC
- Fonseca, J. F. de M.** (2007) "Correspondência de viagem. Brasileiros na Europa Oitocentista – 1855 a 1898". Tese, Programa de Pós Graduação em História, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte MG
- Garcia, M. M. A. de M. M.** (1998) "Os documentos pessoais no espaço público." *Revista Estudos Históricos, Arquivos Pessoais*. Rio de Janeiro, CPDOC/FGV 11(21): 175-187. Disponível em: <http://wwwcpdoc.fgv.br/revista>. Acesso em: 18 fev. 2012
- Gomes, Â. de C.** (1998) "Nas malhas do feitiço: o historiador e os encantos dos arquivos privados". *Revista Estudos Históricos, Arquivos Pessoais* 11(21): 121-127. Disponível em: <http://wwwcpdoc.fgv.br/revista>. Acesso em: 18/02/2012
- Gomes, Â. de C.** (2004) "Escrita de si, escrita da História: a título de prólogo". In: Gomes, Â. de C. (Org.) *Escrita de si, escrita da história*. Editora FGV, Rio de Janeiro, pp. 7-24
- Gontijo, R.** (2005) "História, cultura, política e sociabilidade intelectual". In: Soihet, R.; Bicalho, M. F. B. & Gouvêa, F. S. (Orgs.) *Culturas políticas: ensaios de história cultural, história política e ensaio de história*. Mauad, Rio de Janeiro, pp. 259-284
- Hèbrard, J.** (1991) "La lettre représentée. Les pratiques épistolaires populaires dans les récits de vie ouvriers et paysans". In: Chartier, R. (Dir.) *La Correspondance. Les usages de la lettre au XIX^e Siècle*. Fayard, Paris, pp. 279-365
- Lemos, R.** (2004) "Bem traçadas linhas: a história do Brasil em cartas pessoais". *Bom Texto*, Rio de Janeiro
- Meireles, C.** (1964) "Pedro Bloch entrevista Cecília Meireles". *Revista Manchete*, edição nº 630 pp. 34-37
- Meneses, U. T. B. de.** (1998) "Memória e cultura material: documentos pessoais no espaço público". *Revista Estudos Históricos, Arquivos Pessoais* 11(21): 89-103. Disponível em: <http://wwwcpdoc.fgv.br/revista>. Acesso em: 18/02/2012

- Miranda, T. C. P. dos R.** (2000) "A arte de escrever cartas: para a história da epistolografia portuguesa no século XVIII". In: Galvão, W. N. & Gotlib, N. B. (Orgs.) *Prezado senhor, prezada senhora: estudos sobre cartas*. Companhia das Letras, São Paulo, pp. 41-54
- Moreira Leite, M. L.** (1997) "Livros de viagem (1803-1900)". Editora da UFRJ, Rio de Janeiro
- Paiva, K. B.** (2006) "Histórias de Vida e Amizade: As Cartas de Mário, Drummond e Cecília para Henriqueta Lisboa." Tese, Programa de Pós-graduação em Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte MG
- Perrot, M.** (1989) "Práticas da memória feminina". *Revista Brasileira de História* 9(18): 9-18
- Perrot, M.** (1991) "Introdução". In: Perrot, M. (Org.) *História da vida privada 4: da Revolução Francesa à Primeira Guerra*. Companhia das Letras, São Paulo, pp. 9-13
- Pesavento, S. J.** (2005) "Sensibilidades no tempo, tempo das sensibilidades." *Nuevo Mundo Mundos Nuevos*. Disponível em <http://nuevomundo.revues.org/229>. Acesso em 12/12/2012
- Pimentel, T. V. C.** (1998) "De viagens e narrativa: viajantes brasileiros no além-mar (1913- 1957)." Tese, Programa de Pós-graduação em História Social, USP, São Paulo
- Pires, M. J.** (2001) "Raízes do turismo no Brasil." Manole, São Paulo
- Prochasson, C.** (1998) "Atenção: Verdade!" *Arquivos privados e renovação das práticas historiográficas.* *Revista Estudos Históricos, Arquivos Pessoais* 11(21): 105-120. Disponível em: <http://www.cpdoc.fgv.br/revista>. Acesso em: 18/02/2012
- Schapochnik, N.** (1998) "Cartões-postais, álbuns de família e ícones da intimidade". In: Sevchenko, N. (Org.) *História da vida privada, 3: República: da Belle Époque à Era do Rádio*. Companhia das Letras, São Paulo, pp. 423-512
- Tin, E.** (2005) "A arte de escrever cartas: Anônimo de Bolonha, Erasmo de Rotterdam, Justo Lúpsio". Editora da Unicamp, Campinas SP
- Trebitsch, M.** (1992) "Correspondance d'intellectuels: le cas des lettres d'Henri Lefebvre à Norbert Guterman (1935-1947)". *Les Cahiers de L'IHTP – Sociabilites Intellectuelles: lieux, milieux, réseaux* 20: 70-84
- Venancio, G. M.** (2004) "Cartas de Lobato a Vianna: uma memória epistolar silenciada pela história". In: Gomes, Â. de C. (Org.) *Escrita de si, escrita da história*. Editora FGV, Rio de Janeiro, pp. 111-137

Recibido el 03 de diciembre de 2013

Reenviado el 07 de marzo de 2014

Aceptado el 19 de marzo de 2014

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

Reseña de Publicaciones

TURISTAS Y CAMPESINADO

El turismo como vector de cambio de las economías campesinas en la era de la globalización

Xerardo Pereiro*
Universidade de Trás-os-Montes
e Alto Douro - Portugal

Jordi Gascón & Diana Ojeda. *Foro del Turismo Responsable – Pasos*
<http://www.pasosonline.org/en/colecciones/pasos-edita/248-numero-12-turistas-y-campesinado-el-turismo-como-vector-de-cambio-de-las-economias-campesinas-en-la-era-de-la-globalizacion>, Madrid,
2014: 165 páginas, ISBN: 978-84-88429-25-4 (impreso) 978-84-88429-26-1 (e-book)

Este libro de reciente publicación, editado en formato digital y en papel, es una importante reflexión de la relación entre el turismo y la actividad agrícola, pero también un desafío epistemológico para relacionar más los estudios turísticos y los estudios rurales. El trabajo está estructurado en seis partes, una introducción, cuatro capítulos con estudios de caso y unas conclusiones de síntesis.

La Introducción comienza por presentar como el turismo no beneficia automáticamente otras actividades económicas y menos las actividades agrarias de base local. Y para ello confronta una visión del turismo que sigue una línea acrítica de gestión turística al servicio empresarial frente a una línea de análisis crítica del turismo como fenómeno sociocultural complejo que defienden los autores del libro. En la introducción, y luego de revisar sumariamente la evolución del pensamiento de los estudios rurales sobre la categoría de campesino, proponen aproximar los estudios rurales y los estudios turísticos, dado que hoy en día el turismo es parte del paisaje rural y al mismo tiempo un elemento de cambio social rural.

A continuación el libro presenta cuatro casos de estudio organizados en cuatro capítulos. El primer capítulo es de la autoría de la geógrafa Diana Ojeda, que nos presenta un estudio sobre la construcción del parque nacional natural de Tayrona (Colombia) desde una economía política del

* "Doctor europeo" en Antropología sociocultural por la Universidad de Santiago de Compostela y "agregado" en Antropología por el Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE) - Instituto Universitário de Lisboa (IUL). También es "doctor internacional" en turismo por la Universidad de La Laguna (Tenerife – Canarias – España). En la actualidad es profesor titular de antropología y turismo cultural en la Universidad de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD) (Portugal). E-mail: xperez@utad.pt; Web personal: www.utad.pt/~xperez/

turismo. Su análisis se centra en la lucha por la apropiación de recursos y paisajes, en la mercantilización turística desigual de la naturaleza y en el ecoturismo como disfraz de la conservación neoliberal. Este capítulo es también una denuncia de las difíciles condiciones de existencia en las que viven los campesinos que habitan en el parque. El parque representa un nuevo espacio de geografías morales que se ha ido creando por medio de acumulaciones por despojo.

El Capítulo 2 es un ensayo del antropólogo Jordi Gascón sobre la teoría del enlace inducido entre el turismo y la agricultura, en el cual se hace una pregunta inicial: ¿es posible convertir el campesino en proveedor de alimentos para el turismo? Con una argumentación muy bien fundamentada criticando los índices de retorno de los beneficios económicos del turismo, cuestionando los riesgos y las oportunidades del enlace entre diferentes modelos de producción agraria y turismo. En su propuesta el éxito pasa por no subordinar la agricultura local al turismo (tal como propone la teoría del enlace inducido para el turismo de nicho), y por pensar mejor en los beneficios no mercantilizados de la agricultura campesina.

El Capítulo 3 es también de la autoría de Jordi Gascón y se centra en analizar las políticas del transporte aéreo para la reducción del consumo de combustibles y sus efectos en las economías campesinas. La mirada de Jordi Gascón cruza dos cuestiones que para un lector menos consciente pudiera parecer que no tienen relación. El texto ha sido construido con maestría y habilidad para concienciar, y es presentado holísticamente como la preocupación por el cambio climático de las compañías aéreas oculta el interés por abaratar costes y producir una “imagen verde” que maquille los efectos negativos del uso de biocombustibles en la producción de alimentos básicos.

El Capítulo 4 profundiza en la cuestión esbozada en el anterior capítulo al hilo del fin del petróleo barato y su influencia en el turismo de larga distancia. De la autoría también de Jordi Gascón, este critica la invisibilidad de la responsabilidad del turismo y del transporte aéreo en el cambio climático y los efectos negativos sobre la agricultura. El pretendido derecho humano al turismo es cuestionado a la luz de los viajes turísticos internacionales y sus implicaciones medioambientales negativas para el planeta. De acuerdo con Jordi Gascón, el turismo de proximidad sería una alternativa sostenible al turismo de larga distancia y a la idea de “mejor cuanto más lejos”. Esto significaría un cambio en los modelos de consumo turístico, algo no muy cercano en el tiempo y con las cifras del turismo internacional a aumentar exponencialmente cada año.

En las conclusiones, Jordi Gascón y Diana Ojea pasan revista a los anteriores cuatro capítulos y reclaman un mayor diálogo entre los estudios turísticos y los estudios rurales. No dejan de cuestionar el uso del turismo como justificación para adquirir tierras y especular con ellas, planteando el modelo campesino de producción no como una fase ultrapasada y arcaica de la actividad agraria sino como un modelo viable de producción de alimentos, una forma de mantenimiento de los ecosistemas, multifuncionalidad y soberanía alimentaria. En este sentido el turismo podría significar una oportunidad para dignificar ese modelo.

En definitiva un buen texto, con abundantes referencias bibliográficas y muy actualizadas, que presenta los debates y se posiciona críticamente con una reflexión científica bien fundamentada desde la economía política. Como puntos menos fuertes se deben destacar algunos problemas ortográficos de la edición, que necesitaría una mejor revisión, y también que algunos ejemplos no presentan una estrecha vinculación del turismo con la agricultura.

Solicitado el 9 de septiembre de 2014

Recibido el 29 de septiembre de 2014

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.